

**PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL*
PERFORMANCE TERHADAP *MARKET SHARE* PERBANKAN
SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019**

SKRIPSI



Oleh

**BAIQ NAILI AMALIA
NIM : 17540017**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2021**

**PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL*
PERFORMANCE TERHADAP *MARKET SHARE* PERBANKAN
SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**BAIQ NAILI AMALIA
NIM : 17540017**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM
MALANG
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL*
PERFORMANCE TERHADAP *MARKET SHARE* PERBANKAN
SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019**

SKRIPSI

Oleh

BAIQ NAILI AMALIA
NIM : 17540017

Telah disetujui pada 22 Juli 2021

Dosen Pembimbing



Guntur Kusuma Wardana, S.E., M.M
NIP 1990061520180201 1 194

Mengetahui

Ketua Prodi Perbankan Syariah



Eko Nugroho, S.E., M.Si., Ph.D
NIP 19550302 198703 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL*
PERFORMANCE TERHADAP *MARKET SHARE* PERBANKAN
SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019**

SKRIPSI

Oleh

BAIQ NAILI AMALIA
NIM : 17540017

Telah Dipertahankan di Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 2 Agustus 2021

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Barianto Nurasri Sudawarmawan, ME
NIDT. 19920420 20180201 1 191
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Guntur Kusuma Wardana, S.E., MM
NIP. 1990061520180201 1 194
3. Penguji Utama
Dr. Segaf., M.Si
NIP. 19760215 20160801 1 049

TandaTangan



Mengetahui

Ketua Prodi Perbankan Syariah



Edy Supriatno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19350302 198703 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Baiq Naili Amalia
NIM : 17540017
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL PERFORMANCE* TERHADAP MARKET SHARE PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 22 Juli 2021

Hormat Saya



Baiq Naili Amalia
NIM: 17540017

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, atas izin Allah karya saya yang sederhana ini dapat terselesaikan

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada:

Kedua orang tua tercinta, Bapak Lalu Selamat Suwarman dan Ibu Musyarrafah yang senantiasa tulus menyayangi, mencintai, merawat, mendidik, memberikan semangat, motivasi serta selalu mendoakan dalam setiap langkah saya.

Adik-adik tersayang yang kadang membuat saya emosi yaitu Lalu Ahdiat Febrian Arnata dan Lalu Faza Aflahal terimakasih karena telah menghibur dan memberikan warna dalam hidup saya ketika di rumah. Guruku sekaligus Dosen Pembimbing Bapak Guntur Kusuma Wardana, S.E., M.M yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan nasihat.

Dan tak lupa saya ucapkan terima kasih banyak atas diri saya sendiri yang telah mau dan mampu berjuang sampai detik ini walaupun dalam setiap langkah dan perjuangan dihiasi dengan masalah dan rintangan tetapi hal tersebut yang mendewasakan saya dan lebih semangat untuk berjuang.

Serta terima kasih untuk teman-teman seperjuangan saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

Terima Kasih ya Allah, telah menghadirkan orang-orang baik yang sayang dan tulus dengan saya. Terima Kasih sudah memberikan kekuatan, kesabaran dan keikhlasan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

HALAMAN MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

(Q.S. Al-Baqarah: 216)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Faktor Makro Ekonomi dan *Financial Performance* terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2015-2019”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Guntur Kusuma Wardana, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya serta sumbangan pemikiran guna memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Khusnudin, S.Pi, M.Ei selaku dosen wali selama saya menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah banyak membimbing dan mengarahkan ke arah yang lebih baik.

6. Bapak dan Ibu Dosen Perbankan Syariah (S1) yang senantiasa membimbing penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang sehingga memperluas pengetahuan penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta staff Fakultas Ekonomi, terutama Jurusan Perbankan Syariah yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan motivasi kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Kedua orang tua, Bapak Lalu Selamat Suwarman dan Ibu Musyarrafah, adik-adik saya Lalu Ahdiat Febrian Arnata dan Lalu Faza Aplahal beserta keluarga besar yang telah memberikan doa, nasihat, semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Perbankan Syariah kelas A angkatan 2017, yang telah banyak membantu, memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap agar karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya.

Amin ya Rabbal 'Alamin...

Malang, 22 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	19
2.2.1 Faktor Makro Ekonomi.....	19
2.2.2 <i>Financial Performance</i> (Kinerja Keuangan)	27
2.2.3 <i>Market Share</i>	34
2.2.4 Bank Syariah.....	37
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	42
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	42
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	48
2.4 Kerangka Konseptual.....	52

BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	55
3.2 Lokasi Penelitian.....	56
3.3 Populasi dan Sampel	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Sampel.....	57
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.6 Data dan Jenis data.....	59
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	61
3.8.1 Variabel Penelitian.....	61
3.9 Analisis Data	63
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	63
3.9.2 Estimasi Model Data Panel.....	64
3.9.3 Tahap analisis Pemilihan Model Terbaik.....	65
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
3.9.5 Analisis Regresi Data Panel	68
3.9.6 Uji Hipotesis	69
BAB IV PEMBAHASAN.....	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	74
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif	76
4.1.3 Pemilihan Model Regresi Data Panel	79
1. Uji Chow.....	79
2. Uji Lagrange Multiplier (LM).....	80
4.1.4 Model Terpilih Dalam Penelitian.....	81
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	82
1. Uji Normalitas.....	82
2. Uji Multikolinearitas	83
3. Uji Heteroskedastisitas.....	84
4. Uji Autokorelasi.....	84

4.1.6	Uji Hipotesis	85
1.	Uji t (Parsial).....	85
2.	Uji F (Simultan)	87
3.	Uji Koefisien Determinasi	88
4.2	Pembahasan.....	89
4.2.1	Pengaruh Inflasi Terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah	89
4.2.2	Pengaruh <i>Bi Rate</i> Terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah	91
4.2.3	Pengaruh ROA Terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah	93
4.2.4	Pengaruh CAR Terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah	94
4.2.5	Pengaruh FDR Terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah.....	96
4.2.6	Pengaruh Inflasi, Bi Rate, ROA, CAR, FDR terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah secara simultan.....	98
4.2.7	Kajian Integratif Islam	98
BAB V PENUTUP		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN.....		119

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan total aset dan jumlah BUS, UUS, BPRS 2015-2019....	3
Tabel 1.2 Perkembangan total aset dan jumlah BUS, UUS, BPRS 2015-201.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Populasi Penelitian	57
Tabel 3.2 Sampel Penelitian	58
Tabel 3.3 Proses Pengambilan Sampel	58
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	62
Tabel 4.1 Daftar Objek Penelitian	75
Tabel 4.2 Proses Pemilihan Sampel	76
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif	77
Tabel 4.4 Hasil Uji Chow	80
Tabel 4.5 Hasil Uji Lagrange Multiplier	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Data Panel (Model REM).....	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	86
Tabel 4.11 Data Perkembangan Inflasi, DPK dan <i>Market Share</i>	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	44
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Variabel <i>Market Share</i> , Inflasi, <i>Bi Rate</i> , ROA, CAR, FDR...	114
Lampiran 2 Hasil Statistik Deskriptif	118
Lampiran 3 Hasil Model <i>Common Effect</i>	121
Lampiran 4 Hasil Model <i>Fixed Effect</i>	122
Lampiran 5 Hasil Model <i>Random Effect</i>	123
Lampiran 6 Hasil Uji Chow	124
Lampiran 7 Hasil Uji Lagrange Multiplier (LM).....	125
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik	126
Lampiran 9 Biodata Peneliti	128
Lampiran 10 Bukti Konsultasi	129
Lampiran 11 Hasil pengecekan Plagiarisme dengan Turnitin	131
Lampiran 12 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	132

ABSTRAK

Baiq Naili Amalia. 2021. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Faktor Makro Ekonomi dan *Financial Performance* terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2015-2019”

Pembimbing : Guntur Kusuma Wardana, S.E., M.M

Kata Kunci : *Market Share*, Inflasi, *Bi rate*, ROA, CAR, FDR

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor makro ekonomi (Inflasi dan *Bi Rate*) dan *Financial Performance* (ROA, CAR, FDR) terhadap *market share* Perbankan Syariah di Indonesia. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *explanatory*. Populasi yang digunakan sebanyak 14 Bank Umum Syariah. Kemudian sampel yang digunakan sebanyak 6 Bank Umum Syariah di Indonesia yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) maupun Bank Indonesia pada Tahun 2015-2019. Sampel ini diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder dan metode pengumpulan data dilakukan dengan mengakses laporan keuangan publikasi triwulan di situs resmi masing-masing Bank Umum Syariah. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi data panel dengan Eviews 9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Inflasi, *Bi Rate*, FDR berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share*. Variabel ROA dan CAR tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Selain itu secara simultan variabel Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR berpengaruh signifikan terhadap *market share*.

ABSTRACT

Baiq Naili Amalia. 2021. *THESIS. Title: “The Influence of Macroeconomic Factors and Financial Performance on the Market Share of Islamic Banking in Indonesia for the 2015-2019 Period”*

Advisor : Guntur Kusuma Wardana, S.E.,M.M

Keyword : *Market Share, Inflation, Bi Rate, ROA, CAR, FDR*

This study aimed to know the influence of macroeconomic factors (inflation and Bi Rate) and Financial Performance (ROA, CAR, FDR) on the market share of Islamic banking in Indonesia. This study is quantitative with an explanatory approach. The population in this study consisted of 14 Islamic Commercial Banks. The sample consisted of 6 Islamic Commercial Banks registered with the Financial Services Authority (OJK) and Bank Indonesia in 2015-2019. The sample was taken using a purposive sampling technique. The data used was secondary and the data collection method was done by accessing the quarterly published financial reports on the official website of each Islamic Commercial Bank. The data analysis used panel data regression with Eviews 9. The results show that partially inflation, Bi Rate, FDR variables had a significant negative effect on the market share. ROA and CAR variables have no significant effect on the market share. In addition, simultaneously the variables of Inflation, Bi Rate, ROA, CAR, FDR have a significant effect on market share.

مستخلص البحث

بائع نيلي أملية، ٢٠٢١، البحث الجامعي، عنوان: "تأثير عوامل الاقتصاد الكلي والأداء المالي على الحصة السوقية للمصرف الإسلامي (دراسة في البنوك الأهلية الإسلامية للفترة ٢٠١٥ - ٢٠١٩).
المشرف : غونتور كوسوما وردانا، الماجستير.
الكلمات الرئيسية : الحصة السوقية، التضخم الاقتصادي، معدل بنك إندونيسيا، عائد الأصول، نسبة كفاية رأس المال، نسبة التمويل إلى الإيداع.

يهدف هذا البحث إلى معرفة تأثير عوامل الاقتصاد الكلي (التضخم ومعدل بنك إندونيسيا) والأداء المالي (عائد الأصول، نسبة كفاية رأس المال، نسبة التمويل إلى الإيداع) على الحصة السوقية للمصرف الإسلامي في إندونيسيا. هذا البحث من نوع البحث الكمي مع منهج تفسيري. عدد السكان المستخدم هو ١٤ بنكاً أهلياً إسلامياً. ثم كانت العينة هي ٦ بنوك أهلية إسلامية في إندونيسيا مسجلة لدى هيئة الخدمات المالية (OJK) وبنك إندونيسيا في ٢٠١٥-٢٠١٩. تم أخذ هذه العينة باستخدام تقنية أخذ العينات الهادفة. البيانات المستخدمة هي بيانات ثانوية ويتم أسلوب جمع البيانات من خلال الوصول إلى التقارير المالية لربع السنوي المنشورة على الموقع الرسمي لكل بنك أهلي إسلامي. تشمل طريقة تحليل البيانات لوحة انحدار البيانات باستخدام تطبيقات Eviews 9. وأظهرت النتائج أن متغير التضخم الاقتصادي، معدل بنك إندونيسيا ونسبة التمويل إلى الإيداع كان له تأثير سلبي كبير على الحصة السوقية بشكل جزئي. وليس لمتغير عائد الأصول و نسبة كفاية رأس المال تأثير كبير على الحصة السوقية. بالإضافة إلى ذلك، فإن جميع متغيرات (التضخم الاقتصادي، ومعدل بنك إندونيسيا، وعائد الأصول، ونسبة كفاية رأس المال و نسبة التمويل إلى الإيداع) له تأثير كبير على الحصة السوقية بشكل متزامن.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan memiliki peran sangat penting bagi perekonomian suatu negara disamping lembaga keuangan lainnya. Hal tersebut dikarenakan perbankan memiliki fungsi sebagai lembaga perantara (*financial intermediary*) antara pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*deficit unit*). Melalui bank dapat dihimpun dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk simpanan. Selanjutnya dari dana yang terkumpul, bank dapat menyalurkannya dalam bentuk kredit atau pembiayaan kepada sektor bisnis atau pihak-pihak lain yang membutuhkan (Nur'aeni & Zadyva, 2019).

Sistem perbankan yang digunakan di Indonesia adalah menerapkan *dual banking system* dimana beroperasi dua jenis perbankan yaitu bank konvensional dan bank syariah, sehingga peraturan dari Bank Indonesia mengenai kedua jenis lembaga perbankan tersebut tentu berbeda. Pada bank syariah tidak mengenal adanya bunga, akan tetapi keuntungannya berupa bagi hasil dimana bank syariah ikut terlibat dalam melakukan investasi (Ismail, 2011).

Secara khusus, peranan perbankan syariah antara lain menjadi perekat nasionalisme baru, memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan, memberikan *return* yang lebih baik, mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan, mendorong pemerataan pendapatan, peningkatan efisiensi mobilisasi dana dan *uswah* hasanah implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank (Muhamad, 2015). Pentingnya peran perbankan syariah di Indonesia mengharuskan bank untuk meningkatkan kinerjanya. Kinerja bank syariah dapat diukur dengan salah satu rasio yaitu *market share*. Apabila bank syariah memiliki *market share* yang besar, maka hal tersebut menunjukkan peran dan fungsi bank syariah juga besar dalam perekonomian nasional (Saputra, 2014).

Bank syariah maupun bank konvensional, kedua perbankan tersebut sangat membutuhkan kepercayaan masyarakat sebagai nasabah yang sewaktu-waktu dapat menghimpun maupun mengambil dananya di bank. Karena salah satu sumber permodalan terbesar perbankan yaitu dana yang dihimpun dari masyarakat atau Dana Pihak Ketiga (DPK). Oleh karena itu mendapat kepercayaan masyarakat terhadap bank menjadi suatu hal yang sangat penting untuk kemajuan dan peningkatan *market share* perbankan. (Nadzifah & Sriyana, 2020).

Perbankan Syariah terus mengalami pertumbuhan yang positif dengan semakin meningkatnya jumlah Perbankan Syariah di Indonesia. Berdasarkan Data Statistik Perbankan Syariah (SPS) yang dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa jumlah Bank

Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) mengalami peningkatan yang signifikan, akan tetapi terjadi penurunan yang sangat kecil pada beberapa tahun. Selain itu, total aset pada ketiga institusi syariah tersebut mengalami peningkatan dari tahun ke tahun tanpa ada penurunan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Perkembangan jumlah BUS, UUS, BPRS dan total aset BUS, UUS, BPRS

Indikator	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Bank Umum Syariah					
Jumlah Bank	12	13	13	14	14
Jumlah Kantor	1.990	1.869	1.825	1.875	1.919
Aset (Rp Triliun)	213,42	254,184	288,027	316,69	350,36
Unit Usaha Syariah					
Jumlah BUK yang memiliki UUS	22	21	21	20	20
Jumlah Kantor	311	332	344	354	381
Aset (Rp Triliun)	82,84	102,32	136,154	160,64	174,20
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah					
Jumlah Bank	163	166	167	167	164
Jumlah Kantor	446	453	441	495	617
Aset (Rp Triliun)	7,74	9,16	10,84	12,36	13,76
Total Bank	197	200	201	201	198
Total Kantor	2.747	2.654	2.610	2.724	2.917

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2015-2019

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan pada akhir tahun 2019 telah berdiri 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS) dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dan total jaringan kantor sebanyak 2.917 yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk mendukung peningkatan *market share* bank syariah dibutuhkan juga kinerja masing-masing bank syariah, baik berbentuk BUS maupun UUS (Saputra, 2014).

Oleh karena itu, semakin banyak jumlah BUS dan UUS akan mempengaruhi besar kecilnya *market share* bank syariah.

Adapun (Stanton, 2000) mengartikan *market share* dengan kondisi dimana suatu perusahaan menguasai bagian pasar tertentu. *Market share* menggambarkan posisi kompetitif perusahaan di pasar saat ini. Maka dalam hal ini, *market share* merupakan bagian pasar yang dikuasai oleh perbankan syariah. Yang dimaksud pasar disini adalah dalam ruang lingkup industri perbankan di Indonesia (Desil dan Amri, 2020).

Perbankan syariah merupakan salah satu kontributor pertumbuhan *market share* keuangan syariah. Pemerintah Indonesia telah menetapkan target *market share* keuangan syariah sebesar 20% pada tahun 2023 (Deputi Bidang Ekonomi, 2018). *Market share* perbankan syariah memiliki peran yang penting dalam memajukan keuangan di Indonesia. Pengalaman sebelumnya menunjukkan bahwa krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 2008 mendorong pemerintah untuk menyempurnakan undang-undang tentang perbankan syariah yaitu membuat undang-undang Nomor 21 tahun 2008 sehingga menjadikan industri perbankan syariah memiliki landasan hukum yang lengkap dan memadai sehingga mengalami kemajuan yang cukup pesat.

Fenomena yang sedang dihadapi bank syariah di Indonesia adalah sulitnya memperluas *market share*, meskipun penduduk Indonesia mayoritas muslim. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), populasi muslim di Indonesia mencapai 87,2% dari 270 juta orang pada September

tahun 2020. Seharusnya ini menjadi peluang bank syariah untuk memiliki pangsa pasar yang banyak dibandingkan dengan bank konvensional.

Para pembuat kebijakan di Indonesia telah menetapkan tujuan industri perbankan syariah harus mencapai pangsa pasar 5% pada tahun 2008. Pemerintah optimis karena pada tahun tersebut bank syariah tetap eksis meskipun diterpa krisis ekonomi dunia. Tetapi, pencapaian target tersebut terealisasi pada tahun 2016 yang berdasarkan Statistik Perbankan Syariah bahwa *market share* total aset perbankan syariah per September 2016 mencapai 5,13%. Angka tersebut merupakan hasil dari konversi Bank Pembangunan Daerah Aceh (BPD Aceh) menjadi Bank Aceh Syariah (Arif & Rahmawati, 2018). Diketahui bahwa aset BPD Aceh sebesar Rp 18,95 triliun atau mencapai 5,18% terhadap total aset perbankan syariah secara keseluruhan. Hal ini menyebabkan aset bank umum syariah menjadi bertambah dan dampaknya juga terhadap peningkatan *market share* perbankan syariah secara umum (Desil dan Amri, 2020).

Di Indonesia, secara kelembagaan perbankan syariah terbagi menjadi tiga yaitu Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Ditinjau dari lembaganya, BUS memberikan sumbangan terbesar bagi peningkatan aset perbankan syariah. Seperti per Juni 2019, dimana dari total *market share* perbankan syariah sebesar 5,95%, *market share* BUS yang paling mendominasi yaitu sebesar 64,68%. Sementara persentase selebihnya 32,83% UUS dan 2,49% BPRS.

Data *market share* perbankan syariah tahun 2015-2019 terhadap perbankan nasional dapat dilihat pada tabel 1.2:

Tabel 1.2
Perkembangan *Market Share* Perbankan Syariah secara nasional tahun 2015-2019

Indikator	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Market Share</i>	4,83%	5,33%	5,78%	5,96%	6,18%
Total Aset (RpTriliun)	304,00	365,6	435,02	489,69	538,32

Sumber :Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2015-2019.

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa *market share* Perbankan Syariah terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dari 4,83% pada tahun 2015 menjadi 5,3% pada tahun 2016 yang merupakan target 5% sejak tahun 2008. Dengan peningkatan yang terus menerus, *market share* Perbankan Syariah di Indonesia telah mencapai 6,18% dari total aset perbankan nasional pada Desember 2019. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar *market share* bank umum syariah, maka akan semakin banyak menyumbangkan persentase *market share* perbankan syariah dari keseluruhan aset perbankan nasional. Hal ini dapat memperbesar peranan perbankan syariah dalam industri keuangan di Indonesia (Desil dan Amri, 2020).

Peningkatan *market share* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik internal perbankan maupun eksternal. Faktor internal meliputi permodalan, kualitas aktiva produktif, manajemen, rentabilitas, dan likuiditas (Riyadi, 2006). Sedangkan (Arsani, 2009) menyebutkan faktor eksternal bank atau faktor yang berada diluar kendali bank misalnya situasi

perekonomian yang terjadi dalam suatu negara, meliputi nilai tukar, tingkat suku bunga dan inflasi.

Dalam ekonomi makro sering kali suku bunga dan laju inflasi berkaitan erat dan merupakan pilihan dilematis bagi penentu kebijakan pembangunan. Di satu pihak inflasi dianggap sebagai sumber penurunan daya beli yang terjadi karena jumlah uang yang beredar terlalu besar, sehingga untuk mencegahnya harus mengurangi jumlah uang yang beredar. Di lain pihak pengurangan jumlah uang yang beredar akan menyebabkan tingginya suku bunga. Dengan adanya peningkatan suku bunga akan mengakibatkan macetnya investasi, hilangnya kesempatan kerja, menurunnya pertumbuhan ekonomi, berkurangnya kesejahteraan sosial serta penderitaan bagi usaha-usaha kecil peminjam dana.

Salah satu peristiwa moneter yang penting dan sering terjadi bahkan semua negara mengalaminya yaitu inflasi. Jika inflasi terjadi akan menyebabkan ketidakpastian dari ekonomi makro suatu negara sehingga masyarakat akan lebih mengalokasikan dananya untuk kebutuhan yang penting dan investasi dalam hal lain. Dengan meningkatnya harga akan menjadikan masyarakat kekurangan dana untuk disimpan dalam bentuk tabungan atau investasi.

Kegiatan operasional bank syariah tidak terlepas dari gejala makro ekonomi seperti inflasi dan suku bunga. Meskipun pada tahun 1998 bank syariah mampu bertahan karena krisis yang terjadi pada saat itu, tetapi

kegiatannya tetap terganggu sama halnya dengan kegiatan ekonomi lainnya. (Eachern, 2000).

Ketika inflasi terjadi bank syariah akan mengalami pengurangan penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK). Hal ini disebabkan peningkatan inflasi akan menaikkan suku bunga deposito pada bank konvensional lebih tinggi dan menarik dibandingkan *return* dari bank syariah. Apabila bank konvensional memiliki *return* yang tinggi maka masyarakat akan mengalihkan dananya dari bank syariah ke bank konvensional. Penurunan dana pihak ketiga akan mengurangi kemampuan bank syariah dalam mengelola likuiditasnya untuk meningkatkan pendapatan. Karena penurunan DPK akan menyebabkan penurunan *lending capacity* (Agung, dkk., 2001).

Penelitian yang dilakukan oleh Fatihin, dkk., (2020) mengatakan inflasi berpengaruh signifikan positif terhadap *market share*. Sedangkan penelitian Siregar (2017) menyatakan inflasi memiliki pengaruh yang negatif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah.

Selain faktor inflasi, suku bunga juga berpengaruh terhadap bank syariah meskipun bank syariah tidak mengenal adanya bunga tetapi dengan adanya kenaikan tingkat suku bunga pada bank konvensional baik langsung maupun tidak langsung akan membawa dampak terhadap profit bank syariah. Dengan naiknya tingkat suku bunga BI, maka cenderung akan diikuti oleh naiknya suku bunga simpanan dan pinjaman pada bank konvensional. Sehingga masyarakat akan lebih memilih menyimpan dananya di bank konvensional dibandingkan dengan bank syariah, karena

bunga simpanan pada bank konvensional naik yang pada akhirnya tingkat pengembalian yang akan diperoleh nasabah penyimpan dana juga akan mengalami peningkatan. Kenaikan tingkat suku bunga inilah yang menjadi dilema dunia perbankan syariah karena dikhawatirkan akan ada perpindahan dana dari bank syariah ke bank konvensional (Perdana et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Arif & Ramawati (2018) mengatakan suku bunga berpengaruh positif terhadap *market share*. Sedangkan penelitian Fatihin, dkk., (2020) dan Muyassar (2019) menyatakan suku bunga berpengaruh negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

Upaya untuk meningkatkan *market share* perbankan syariah juga dibutuhkan kinerja setiap Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia. Kinerja tersebut dapat dilihat dari beberapa indikator, salah satunya rasio keuangan. Rasio keuangan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu ROA, CAR dan FDR.

Rasio profitabilitas dicerminkan dengan ROA akan berpengaruh terhadap *market share*, apabila profitabilitas suatu bank mengalami peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan percaya untuk menempatkan dananya pada bank tersebut karena masyarakat akan memperhitungkan bagi hasil yang diperolehnya akan cukup menguntungkan. Oleh karena itu semakin besar ROA suatu bank semakin besar juga tingkat keuntungan yang dicapai dan semakin baik kinerja dan posisi *market share* bank tersebut (Saputra, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2014) dan Muyassar (2019) mengatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Sementara Arif & Rahmawati (2018) mengungkapkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah.

Selain rasio profitabilitas maka rasio permodalan suatu bank juga akan berpengaruh terhadap *market share*. CAR merupakan indikator permodalan berkaitan dengan penyediaan modal sendiri yang dibutuhkan untuk menutupi risiko kerugian yang mungkin ditimbulkan dari pergerakan aktivia bank yang pada dasarnya sebagian besar dana berasal dari dana pihak ketiga atau masyarakat. Tingginya rasio CAR dapat melindungi depositan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat pada bank yang berpengaruh terhadap peningkatan *market share* (Saputra, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2014) mengatakan bahwa CAR berpengaruh signifikan dan positif terhadap *market share*. Sementara dalam penelitian Rahman (2016) mengungkapkan CAR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *market share*. Lain halnya dalam penelitian Desil & Amri mengatakan CAR berpengaruh negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

Rasio likuiditas yang lazim digunakan dalam dunia perbankan diukur dari *Financing to Deposit Ratio* (FDR). Jika rasio FDR mengalami peningkatan dalam batas tertentu maka akan semakin banyak dana yang disalurkan dalam bentuk pembiayaan, sehingga akan meningkatkan *market share* bank syariah, dengan asumsi bank menyalurkan dananya untuk

pembiayaan yang efektif. Dengan meningkatnya pembiayaan, masyarakat akan semakin percaya untuk menyimpan dananya di bank karena mereka mengetahui bahwa dana yang disimpan dikelola dengan baik oleh bank untuk disalurkan ke nasabah pembiayaan (Saputra, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2014) mengatakan bahwa FDR berpengaruh signifikan positif terhadap *market share* sedangkan penelitian Purboastuti, dkk., (2015) menyatakan bahwa FDR berpengaruh positif terhadap *market share* sangat kecil atau tidak signifikan. Lain halnya dengan penelitian Asmoro (2018) dan Maula (2018) mengungkapkan bahwa FDR berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

Oleh karena itu dalam menentukan perkembangan *market share* suatu industri, khususnya perbankan dibutuhkan analisis lingkungan yang mencakup lingkungan eksternal dan internal. Analisis terhadap lingkungan eksternal dapat membantu perusahaan untuk mengantisipasi peluang dan ancaman dari luar perusahaan. (Pradana, 2019). Dalam penelitian ini inflasi dan BI *Rate* sebagai faktor makro ekonomi dari lingkungan eksternal. Sedangkan lingkungan internal yang digunakan berkaitan dengan rasio keuangan.

Market share Perbankan Syariah menjadi penting dan sangat menarik untuk diteliti karena sampai saat ini pemangku kepentingan maupun Perbankan Syariah di Indonesia masih menggali tentang bagaimana cara untuk dapat meningkatkan *market share* bank syariah di Indonesia. Dengan

mengamati serangkaian indikator kinerja keuangan dan faktor-faktor makro ekonomi yang mempengaruhi *market share* Perbankan Syariah di Indonesia serta berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan masih ada perbedaan pendapat oleh masing-masing peneliti, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL PERFORMANCE* TERHADAP *MARKET SHARE* PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian sebelumnya, maka di susun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Inflasi, Suku Bunga (*BI rate*), *Return on Asset* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) secara parsial berpengaruh terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia?
2. Apakah Inflasi, Suku Bunga (*BI rate*), *Return on Asset* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) secara simultan berpengaruh terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inflasi, Suku Bunga (*BI rate*), *Return on Asset* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) secara parsial terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inflasi, Suku Bunga (*BI rate*), *Return on Asset* (ROA), *Capital Adequacy Ratio* (CAR) dan *Financing to Deposit Ratio* (FDR) secara simultan terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi, referensi atau kajian pustaka serta menambah pengetahuan dalam masalah Faktor Makro Ekonomi dan *Financial Performance* terhadap perkembangan *market share* pada Bank Umum Syariah serta sebagai masukan bagi penelitian dengan topik yang sama pada penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau kontribusi positif bagi pelaku perbankan, baik syariah maupun konvensional, stakeholder, akademisi maupun masyarakat secara umum yang berkepentingan terhadap pertumbuhan Perbankan Syariah di Indonesia, terutama sebagai bahan evaluasi terkait bagaimana cara meningkatkan *market share* Perbankan Syariah di Indonesia

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk mencari perbandingan atau perbedaan dengan tujuan untuk menemukan pemikiran baru dalam melakukan penelitian selanjutnya. Adapun penelitian terdahulu yang peneliti gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Ismi Mauli Desil dan Amri, 2020, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan <i>Market Share</i> Bank Umum Syariah (BUS) di Indonesia	Variabel Independen : NPF, BOPO, dan CAR Variabel Dependen : <i>Market Share</i>	Analisis Regresi Linear Berganda data panel dengan <i>metode random effect</i> model	Secara simultan, variabel NPF, BOPO, dan CAR berpengaruh signifikan terhadap variabel <i>market share</i> bank umum syariah di Indonesia. Sedangkan secara parsial variabel NPF memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel <i>market share</i> , sedangkan BOPO dan CAR memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel <i>market share</i> bank umum syariah di Indonesia.
2.	Muh. Khairul Fatihin,. dkk, 2020, Dampak Makro Ekonomi dan <i>Financial Performance</i> terhadap <i>Market Share</i> Perbankan	Variabel Indepen : Inflasi, <i>Industrial Production Index</i> (IPI), <i>intrest rate</i> , ROA dan FDR.	Pendekatan kuantitatif dengan metode regresi berganda.	Suku bunga berpengaruh negatif signifikan terhadap <i>market share</i> perbankan syariah. Dalam jangka pendek, Inflasi, ROA, FDR berpengaruh positif terhadap <i>market</i>

	Syariah di Indonesia	Variabel Dependen : <i>Market Share</i>		<i>share</i> Perbankan Syariah namun tidak memiliki dampak jangka panjang terhadap <i>market share</i> Perbankan Syariah. Ketiga variabel tersebut hanya mempengaruhi <i>market share</i> dalam jangka pendek. Sedangkan IPI sebagai proxy produk domestik product (<i>gross domestic prosuct</i>) tidak memiliki dampak jangka pendek dan jangka panjang terhadap pertumbuhan <i>market share</i> Perbankan Syariah.
3.	Muhammad Naufal Muyassar, 2019, Pengaruh ROA dan BI Rate terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia	Variabel Independen : ROA dan BI Rate Variabel Dependen : <i>Market Share</i>	Penelitian Kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda	Secara simultan kedua variabel ROA dan BI Rate berpengaruh terhadap <i>market share</i> perbankan syariah. Secara parsial ROA berpengaruh signifikan positif terhadap <i>market share</i> , sedangkan BI Rate secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap <i>market share</i> perbankan syariah.
4.	Alif Chandra Indura, Abdul Aziz Ahmad, Suprpto, Arintoko, 2019, Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Pertumbuhan Aset Bank Syariah di Indonesia	Variabel Independen : NPF, ROA, FDR, CAR, BOPO, Inflasi, PDB, BI Rate. Variabel Dependen : Pertumbuhan aset	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel ROA, CAR dan PDB berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan aset. Variabel FDR, BOPO dan inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan aset. Sedangkan variabel NPF dan BI Rate memiliki pengaruh negatif tetapi tidak

				signifikan terhadap spertubuhan aset perbankan syariah di Indonesia.
5.	Afrida Kharisatul Maula, 2018, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Market Share</i> Melalui <i>Return on Asset</i> Bank Umum Syariah di Indonesia	Variabel Independen : DPK, CAR, NPF, FDR Variabel Intervening : ROA Variabel Dependen : <i>Market Share</i>	Penelitian Kuantitatif dengan <i>Path Analysis</i>	DPK dan CAR tidak berpengaruh terhadap ROA. NPF dan FDR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA. DPK berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>market share</i> . CAR dan NPF tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>market share</i> . FDR dan ROA berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>market share</i>
6.	Arif, Mohammad., Rahmawati, Yuke, 2018, <i>Determinant Factors of Market Share: Evidence from the Indonesian Islamic Banking Industry</i>	Variabel Independen : ROA, FDR, NPF, REO, margin bagi hasil, margin bagi hasil, suku bunga Variabel Dependen : <i>Market Share</i>	Analisis Regresi berganda	Variabel tingkat pembiayaan bermasalah (yang diukur dengan NPF), rasio efisiensi operasional (diukur dengan REO), margin bagi hasil, dan suku bunga bank konvensional berpengaruh terhadap penentuan <i>market share</i> bank syariah. Variabel lain seperti rasio profitabilitas (diukur dengan ROA) dan rasio likuiditas (diukur dengan FDR) tidak berpengaruh terhadap <i>market share</i> bank syariah.
7.	Fitriyani dan Nurdin, 2018, Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kinerja Keuangan dan	Variabel Independen : BOPO, ROA, NPF, dan <i>electronic banking</i> .	Analisis Regresi berganda	Secara parsial BOPO mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>market share</i> Perbankan Syariah di Indonesia sedangkan secara

	Aspek Teknologi terhadap <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2017	Variabel Dependen : <i>Market Share</i>		simultan BOPO, ROA, NPF dan <i>electronic banking</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>market share</i> Perbankan Syariah di Indonesia.
8.	Adivia Virawan, 2017 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perlambatan Pertumbuhan <i>Market Share</i> Perbankan Syariah di Indonesia	Variabel Independen : NOM, NPF, FDR, BOPO, BI Rate, IHSG, Inflasi. Variabel Dependen : <i>Market Share</i>	Penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda	Secara simultan variabel NOM, NPF, FDR, BOPO, BI Rate, IHSG dan inflasi berpengaruh terhadap <i>market share</i> perbankan syariah. Secara parsial variabel NOM, FDR, DPK, BI Rate dan IHSG memiliki pengaruh positif signifikan terhadap <i>market share</i> sedangkan NPF dan BOPO memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap <i>market share</i> perbankan syariah. Variabel inflasi memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan.
9.	Erwin Saputra Siregar, 2017, Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap <i>Market Share</i> Aset Perbankan Syariah di Indonesia	variabel Independen : Inflasi, DPK, Jumlah Kantor, NPF. Variabel Dependen : Pangsa Pasar.	Pendekatan kuantitatif, alat analisis <i>Ordinary Least Square</i> (OLS) dan Analisis Regresi Berganda.	Inflasi dan NPF berpengaruh signifikan negatif, sedangkan DPK dan jumlah kantor berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap <i>market share</i> aset Perbankan Syariah di Indonesia. Secara simultan keseluruhan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap <i>market share</i> aset Perbankan Syariah di Indonesia.
10.	Aulia Rahman, 2016, Analisis Faktor-Faktor	Variabel Independen : NPF, BOPO,	Pendekatan kuantitatif dengan analisis	Variabel NPF, BOPO, CAR dan SBIS berpengaruh terhadap

	yang Mempengaruhi <i>Market Share</i> Bank Syariah	CAR, SBIS. Variabel Dependen : <i>Market Share</i>	VAR.	<i>market share</i> bank syariah. Dalam jangka pendek BOPO memiliki pengaruh yang paling dominan. Sedangkan dalam jangka panjang atau periode akhir pengamatan NPF memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap <i>market share</i> dibandingkan dengan variabel SBI dan CAR memiliki pengaruh terhadap <i>market share</i> di akhir periode pengamatan.
11.	Bambang Saputra, 2014, Faktor-faktor keuangan yang mempengaruhi <i>market share</i> perbankan syariah di Indonesia	Variabel Independen : ROA, CAR, FDR, NPF, dan REO Variabel Dependen : <i>Market share</i>	Analisis deskriptif statistik dan Sederhana Analisis Regresi linear	ROA, CAR, FDR memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap pangsa pasar sedangkan NPF dan REO memiliki efek yang negatif signifikan terhadap <i>market share</i>

Sumber : Diolah peneliti, 2021

Dari ringkasan penelitian terdahulu di atas terdapat inkonsisten hasil penelitian dari para peneliti. Menurut penelitian Muh. Khairul Fatihin, inflasi dalam jangka panjang berpengaruh positif terhadap *market share* perbankan syariah. Sedangkan dari penelitian Erwin Saputra Siregar menyatakan inflasi memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah.

Berdasarkan penelitian Arif Mohammad dan Yuke Rahmawati, Muhammad Naufal Muyassar mengatakan suku bunga memiliki pengaruh positif terhadap *market share* perbankan syariah. Sedangkan dari penelitian

Muh. Khairul Fatihin mengatakan bahwa suku bunga berpengaruh negatif signifikan terhadap *market share* perbankan syariah.

Berdasarkan penelitian Muh. Khairul Fatihin dan Bambang Saputra menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap *market share* perbankan syariah. Sedangkan Afrida Kharisatul Maula mengatakan jika ROA memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *market share*. Dari penelitian Arif Mohammad dan Yuke Rahmawati, menyatakan ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*.

Berdasarkan penelitian Bambang Saputra menyatakan CAR memiliki pengaruh yang positif terhadap *market share* perbankan syariah. Sedangkan penelitian Ismi Mauli Desil dan Amri menyatakan bahwa CAR memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap pangsa pasar perbankan syariah.

Muh. Khairul Fatihin, Bambang Saputra menyatakan bahwa FDR berpengaruh positif signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Sedangkan penelitian Afrida Kharisatul Maula mengatakan bahwa FDR berpengaruh negatif signifikan terhadap *market share* perbankan syariah.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Faktor Makro Ekonomi

2.2.1.1 Inflasi

1. Pengertian Inflasi

Inflasi merupakan kenaikan tingkat harga secara umum dari barang/komoditas dan jasa selama suatu periode waktu tertentu. Inflasi dapat dikatakan sebagai fenomena moneter karena terjadinya penurunan

nilai unit penghitungan moneter terhadap suatu komoditas. (Karim, 2007:135). Menurut (Case & Fair, 2007) inflasi merupakan peningkatan dalam tingkat harga secara keseluruhan. Dapat dikatakan inflasi adalah kenaikan harga-harga secara menyeluruh dan berjalan berkepanjangan pada periode tertentu. Apabila peningkatan harga hanya pada komoditas tertentu maka tidak dapat dikatakan sebagai inflasi kecuali peningkatan komoditas terjadi secara keseluruhan pada barang atau komoditas yang lain. Menurut (Karim, 2007:136) inflasi dapat diukur dengan dua cara, yaitu sebagai berikut :

a. *Rate of inflation*

Inflasi diukur dengan tingkat inflasi yaitu tingkat perubahan dari tingkat harga secara umum. Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Rate\ of\ Inflation = \frac{tingkat\ harga_t - tingkat\ harga_{t-1}}{tingkat\ harga_{t-1}} \times 100$$

b. *Implicit Price Deflator* (GDP Deflator)

GDP Deflator merupakan rata-rata harga dari seluruh barang tertimbang dengan kuantitas barang-barang tersebut yang betul dibeli.

Perhitungannya sebagai berikut :

$$ImplicitPriceDeflator = \frac{Nominal\ GDP}{Real\ GDP} \times 100$$

2. Penyebab inflasi

Menurut Ambarini (Ambarini, 2015) penyebab terjadinya inflasi secara umum dibedakan menjadi dua, yaitu sebagai berikut :

a. *Demand Full Inflation*

Inflasi yang disebabkan karena permintaan terhadap barang dan jasa (permintaan total) yang meningkat secara berlebihan dibandingkan dengan potensi produktif perekonomian sehingga terjadi perubahan pada tingkat harga.

b. *Cost Push Inflation*

Inflasi yang terjadi karena meningkatnya biaya produksi (input) sehingga harga produk-produk (output) yang dihasilkan mengalami peningkatan.

Dari pandangan tokoh ekonom Islam, Inflasi memiliki dampak tidak baik untuk perekonomian hal ini disebabkan karena beberapa faktor diantaranya, sebagai berikut (Karim, 2007:139) :

- a. Menyebabkan gangguan akan fungsi uang, yang terpenting gangguan dalam hal penyimpan tabungan, fungsi dari pembayaran dimuka, dan fungsi dari unit penghitungan. Akibat terjadi inflasi, masyarakat akan membebaskan diri dari uang dan aset keuangan.
- b. Menurunkan motivasi masyarakat untuk menyimpan dananya (turunnya *Marginal Propensity to Save*).
- c. Meningkatkan kecenderungan untuk berbelanja terutama untuk non-primer dan barang-barang mewah (naiknya *Marginal Propensity to Save*).

Terdapat dampak negatif lainnya dari inflasi yaitu jika harga barang secara umum mengalami kenaikan terus menerus, maka masyarakat akan

panik sehingga mengakibatkan perekonomian tidak berjalan normal karena di satu sisi ada masyarakat yang kelebihan uang untuk membeli semua barang, sementara yang kekurangan uang tidak dapat membeli barang, akibatnya negara rentan terhadap berbagai macam kekacauan yang ditimbulkannya.

Sebagai akibat dari kepanikan tersebut, maka masyarakat akan cenderung untuk mengambil dana simpanan (tabungan) untuk membeli dan menimbun barang sehingga banyak bank di *rush*, yang mengakibatkan bank kekurangan dana dan berdampak pada penutupan bank atau bangkrut, atau rendahnya dana investasi yang tersedia (Putong, 2003:263).

3. Inflasi pada pandangan islam

Pada ajaran islam tidak dikenal istilah inflasi, karena dalam islam mata uang yang diperbolehkan yaitu dinar dan dirham. Tokoh ekonomi muslim Taqiudiin Ahmad ibn al-Maqrizi merupakan murid dari Ibn Khaldun, mengelompokkan inflasi ke dalam dua kelompok yaitu (Karim, 2007:140-143) :

a. *Natural Inflation*

Inflasi ini diakibatkan oleh sebab-sebab alamiah yang tidak mampu dikendalikan oleh manusia. Ibn al-Maqrizi mengatakan bahwa inflasi ini merupakan inflasi yang disebabkan oleh turunnya Penawaran Agregatif (AS) atau naiknya Permintaan Agregatif (AD). Contoh dari natural inflation ini seperti adanya bencana alam yang menyebabkan gagal panen, persediaan menurun sehingga akan

menyebabkan tingginya permintaan agregat (AD) dan orang tidak memiliki kendali atas permintaan dan penawaran agregat tersebut seperti mencegah terjadinya peningkatan (AD) atau penurunan AS sehingga terjadi inflasi (Amir, 2015).

Pada masa Rasulullah SAW ketidakseimbangan permintaan dan penawaran juga pernah terjadi. Dalam hal ini Rasulullah SAW tidak mau menghentikan atau mempengaruhi pergerakan harga, hal ini sesuai dengan hadist berikut :

حَدَّثَنَا عُثْمَانُ بْنُ أَبِي ثَيْبَةَ حَدَّثَنَا عَفَّانُ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ سَلَمَةَ أَخْبَرَنَا ثَابِتُ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ وَقَتَادَةَ وَحُمَيْدٌ عَنْ أَنَسٍ قَالَ قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَنَّا السَّعْرَ فَسَعَّرَ لَنَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لِأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“Orang-orang berkata kepada Rasulullah SAW, “Wahai Rasulullah, harga-harga barang naik (mahal), tetapkanlah harga untuk kami”. Rasulullah SAW lalu menjawab, “Allah-lah Penentu harga, penahan, pembentang, dan pemberi rezeki. Aku berharap ketika bertemu Allah, tidak ada seorangpun yang meminta padaku tentang adanya kedzhaliman dalam urusan darah dan harta.”

Berdasarkan hadist di atas ketika Rasulullah mendapati laporan tentang kenaikan harga yang dilakukan bukan memaksa atau mengendalikan harga barang tetapi mengingatkan para sahabat tentang takdir Allah dan Allah yang menetapkan harga. Hal ini sesuai dengan namanya (*natural inflation*), inflasi yang terjadi karena berbagai faktor alamiah yang tidak bisa dihindari oleh umat manusia. Menurut Al-

Maqrizi ketika suatu bencana alam terjadi, berbagai bahan makanan dan hasil bumi lainnya mengalami penurunan yang sangat drastis dan terjadi kelangkaan. Di lain pihak, karena sifatnya yang sangat berpengaruh dalam kehidupan, permintaan terhadap barang mengalami peningkatan. Harga-harga barang melambung tinggi melebihi daya beli masyarakat (Karim, 2007).

b. *Human Error Inflation*

Selain dari penyebab yang termasuk pada Natural Inflation, maka inflasi yang terjadi oleh hal-hal lainnya dapat digolongkan sebagai *Human Error Inflation* atau *False Inflation*. *Human Error Inflation* disebabkan oleh tiga hal sebagai berikut :

- 1) Korupsi dan administrasi yang buruk
- 2) Pajak yang berlebihan
- 3) Pencetakan uang dengan maksud menarik keuntungannya yang berlebihan.

Dalam sistem keuangan Islam tidak mengenal adanya inflasi. Hal ini dikarenakan, uang hanya dijadikan sebagai alat transaksi, pengukur nilai dan alat penghitung. Di dalam Islam mata uang yang digunakan yaitu dinar (emas) dan dirham (perak), sehingga jumlah uang akan selalu sama dengan nilai barang. Penurunan nilai uang hanya bisa terjadi apabila ditemukan tambang emas dan perak yang berlebihan.

Inflasi terjadi disebabkan oleh meningkatnya harga secara umum dan diikuti dengan bertambahnya jumlah uang beredar dikarenakan

meningkatnya permintaan agregat, dan nilai uang menjadi turun. Jika nilai uang beredar jumlahnya sama dengan nilai barang yang dihasilkan maka inflasi tidak mungkin terjadi (Amir, 2015).

Human Error Inflation dikatakan sebagai inflasi yang disebabkan oleh kesalahan dari manusia itu sendiri sesuai dengan firman Allah di dalam Q.S Ar-Rum 30:41 :

ظَهَرَ أَفْسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ لِيُذِيقَهُمْ بَعْضَ الَّذِي عَمِلُوا
لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ

“Telah nampak kerusakan di darat dan di laut disebabkan Karena perbuatan tangan manusia, supaya Allah merasakan kepada mereka sebahagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (ke jalan yang benar)”.

Berdasarkan Q.S Ar-Rum ayat 41 sudah dijelaskan bahwa inflasi juga dapat terjadi karena ulah manusia itu sendiri. Disebutkan dalam ayat tersebut telah terjadi kerusakan di darat dan di laut karena perbuatan tangan manusia itu sendiri maka dari itu Allah menjadi murka salah satu bentuk kemurkaan Allah sesuai yang sudah disebutkan dalam ayat tersebut yaitu menahan hujan untuk mereka. Ketika tidak ada hujan maka akan menyebabkan gagal panen sehingga harga barang-barang akan melonjak tinggi dan menjadi langka sehingga terjadi inflasi. Seperti yang sudah dijelaskan dalam pengertian inflasi ketika barang mengalami kelangkaan maka harga barang-barang tersebut menjadi tinggi yang menyebabkan masyarakat yang memiliki banyak uang akan melakukan penimbunan barang.

Dengan adanya inflasi juga mendorong masyarakat untuk berinvestasi pada hal-hal yang non produktif dibandingkan berinvestasi ke arah yang produktif. Oleh karena itu inflasi juga akan berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah dari sisi penghimpunan dan penyaluran dana karena banyak masyarakat mengambil tabungan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya serta masyarakat yang melakukan investasi juga akan berkurang.

2.2.2.2 Suku Bunga (*BI Rate*)

Suku bunga (*BI Rate*) merupakan tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, dimana suku bunga ini akan menjadi acuan bagi Perbankan di Indonesia untuk menetapkan besarnya bunga simpanan dan bunga kredit (Cahyani, 2018). Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 7/28/PBI/2005 Bank Indonesia Rate yang selanjutnya disebut *BI rate* adalah tingkat suku bunga dengan tenor 1 (satu) bulan yang ditetapkan secara periodik untuk jangka waktu tertentu oleh Bank Indonesia serta diumumkan kepada publik sebagai sinyal (*stance*) kebijakan moneter.

Tingkat bunga akan menentukan jenis-jenis investasi yang akan memberikan keuntungan kepada investor. Investor akan melakukan investasi yang mereka rencanakan apabila tingkat pengembalian modal yang mereka dapatkan melebihi tingkat bunga. Dengan demikian besarnya investasi dalam jangka waktu tertentu adalah sama dengan nilai dari seluruh investasi yang tingkat pengembalian modalnya lebih besar dari atau sama dengan tingkat bunga (Ambarini, 2015:176).

Bank biasanya akan menetapkan suku bunga terselubung yaitu suku bunga tinggi yang bertujuan untuk menarik peredaran uang dari masyarakat sehingga tabungan atau deposito bank menjadi tinggi. Dampak yang terjadi adalah masyarakat lebih memilih menabung dari pada menggunakan uangnya pada sektor riil atau produktif. Akan tetapi suku bunga yang rendah mengakibatkan peredaran uang semakin banyak karena masyarakat mencari keuntungan melalui sektor produktif dengan menginvestasikan atau memproduksi barang dan jasa. Dengan demikian suku bunga yang tinggi menguntungkan depositor untuk menabung dananya di bank dan suku bunga yang rendah akan mengarahkan masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada sektor riil (Fatihin et al, 2020).

2.2.2 Kinerja Keuangan (*Financial Performance*)

2.2.2.1 Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat seberapa jauh suatu perusahaan sudah menjalankan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Seperti dengan membuat laporan keuangan yang sudah memenuhi standar dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting Principle*), dan lainnya (Fahmi, 2015).

Secara umum dapat dikatakan kinerja keuangan adalah prestasi yang diperoleh oleh perusahaan di bidang keuangan dalam suatu periode tertentu yang menggambarkan tingkat kesehatan perusahaan. Disisi lain

kinerja keuangan mencerminkan kekuatan struktur keuangan dan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dengan aset yang dimiliki (Zulyani et al., 2015).

Tujuan dari penilaian kinerja yaitu untuk mengukur bisnis dan manajemen yang dibandingkan dengan tujuan perusahaan. Dari pencapaian yang didapatkan digunakan untuk mengevaluasi dan menentukan strategi yang harus dilaksanakan untuk memperoleh tujuan yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan sehingga dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dimiliki untuk menghasilkan laba perusahaan (Wagiyem, 2011).

Seluruh kriteria penilaian kinerja Bank pada dasarnya berpedoman pada prinsip *Prudential Banking* bagi bank umum yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia selaku pengawas dan pembina bank nasional yang menetapkan ketentuan tentang penilaian tingkat kesehatan bank dengan surat edaran BI No. 26/BPPP/1993 tanggal 29 Mei 1993, yang kemudian disempurnakan melalui keputusan Direksi BI No. 31/11/Kep/Dir tanggal 30 April 1997.

Berdasarkan pada peraturan tersebut maka langkah untuk menilai *performance* atau kinerja suatu bank dapat menggunakan alat-alat analisa sebagai berikut (Dendawijaya, 2005):

1. Analisa Rasio Likuiditas yaitu analisis yang dilakukan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban yang sudah jatuh tempo.
2. Analisis Rasio Solvabilitas yaitu analisis yang dilakukan terhadap kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban jangka panjang atau kemampuan bank dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jika terjadi likuidasi bank.
3. Analisis Rasio Rentabilitas adalah alat untuk mengukur atau menganalisis tingkat efisiensi usaha atau profitabilitas yang diperoleh oleh bank yang bersangkutan.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam PSAK No. 1, laporan keuangan merupakan suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi laporan posisi keuangan (neraca), laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan perubahan arus kas, catatan atas laporan keuangan. Tujuan dari laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi.

2.2.2.2 Pengertian Rasio Keuangan

Rasio keuangan atau *financial ratio* sangat penting untuk dilakukan untuk menganalisa terhadap kondisi keuangan suatu perusahaan (Fahmi, 2015). Rasio keuangan dirancang untuk membantu pihak yang

berkepentingan dalam melakukan evaluasi laporan keuangan perusahaan. Rasio keuangan berhubungan dengan kinerja perusahaan dan memudahkan pemakai dalam mengambil keputusan keuangan. Setiap jenis rasio keuangan memiliki kegunaan untuk analisis yang berbeda, dipandang dari siapa penggunaannya dan tujuan penggunaannya. Kinerja keuangan perusahaan dapat diukur salah satunya dengan menggunakan analisis rasio keuangan (Machfoedz (1999) dalam Wagiyem, (2011).

Hingga saat ini analisis rasio keuangan bank syariah masih menggunakan aturan yang berlaku pada bank konvensional. Adapun beberapa rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. *Return on Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam menghasilkan keuntungan (laba) secara keseluruhan. ROA menunjukkan kemampuan bank dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen bank untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen bank dalam mengelola seluruh aktiva yang dimiliki (Sudana, 2015:25). Apabila ROA mengalami peningkatan, maka akan meningkat juga keuntungan yang akan diperoleh. Sebaliknya jika ROA semakin kecil maka akan memberikan dampak berkurangnya kemampuan

manajemen bank mengatur aset dalam meningkatkan keuntungan (Dendawijaya, 2005:118). Persamaan dari ROA sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100$$

Return on Assets (ROA) dihitung berdasarkan perbandingan laba sebelum pajak (laba bersih) dan total aset. (Husnan & Pujiastuti, 2002) menyatakan bahwa rentabilitas ekonomi mengukur kemampuan aktiva perusahaan memperoleh laba dan operasi perusahaan. Karena hasil operasi yang ingin diukur, maka digunakan laba sebelum pajak dan bunga (laba bersih). Aktiva yang digunakan untuk mengukur kemampuan memperoleh laba operasi adalah aktiva operasional.

2. *Capital Adequacy Ratio* (CAR)

CAR adalah rasio yang menunjukkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung risiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari dana modal sendiri bank, di samping mendapatkan dana-dana dari sumber-sumber di luar bank, seperti dana masyarakat, pinjaman (utang), dan lain-lain. Atau dapat dikatakan, *capital adequacy ratio* adalah rasio kinerja bank dalam mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung risiko, misalnya kredit yang disalurkan (Dendawijaya, 2005:121). Rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut

$$CAR = \frac{\text{Modal Bank}}{\text{Aktiva Tertimbang Menurut Risiko}} \times 100\%$$

Berdasarkan ketentuan Bank Indonesia, bank yang termasuk sebagai kategori bank sehat harus memiliki CAR paling sedikit 8%. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh BIS (*Bank for International Settlements*). Pada bank syariah perhitungan ATMR sedikit berbeda dibandingkan dengan bank konvensional. Aktiva pada bank syariah dibagi atas aktiva yang dibiayai dengan modal sendiri dan/atau kewajiban atau utang (*wadiah* atau *qard* dan sejenisnya) serta aktiva yang didanai oleh rekening bagi hasil (*profit and loss sharing Investment account*) yaitu *mudharabah* baik *mudharabah mutlaqah* maupun *mudharabah muqayyadah*. Dengan adanya jenis pembagian aktiva tersebut maka bobot risiko bank syariah terdiri dari aktiva yang dibiayai oleh modal bank sendiri dan/atau dana pinjaman (*wadiah*, *card* dan sejenisnya) adalah 100% sedangkan aktiva yang dibiayai oleh pemegang rekening bagi hasil sebesar 50% (Muhamad, 2015).

Rasio CAR merupakan salah satu rasio yang penting karena dengan menjaga CAR pada batas aman (minimal 8%), berarti juga melindungi nasabah dan menjaga stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Semakin besar nilai CAR maka akan menunjukkan kemampuan perbankan yang semakin baik dalam menghadapi kemungkinan risiko kerugian.

3. *Financing to Deposit Ratio* (FDR)

Financing to Deposit Ratio (FDR) adalah rasio kredit atau pembiayaan yang diberikan kepada pihak ketiga dalam rupiah dan

valuta asing (tidak termasuk kredit kepada bank lain) terhadap dana pihak ketiga yang mencakup giro, tabungan, dan deposito dalam rupiah dan valuta asing (tidak termasuk dana antar bank) (Ikatan Bankir Indonesia, 2014).

Rasio pembiayaan dengan simpanan atau FDR digunakan untuk menilai likuiditas suatu bank syariah dengan cara membagi jumlah pembiayaan dengan jumlah dana simpanan atau total deposit. Rasio FDR merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan suatu bank memenuhi kewajibannya dalam menyediakan dana kepada debiturnya dari modal yang dapat dikumpulkan dari masyarakat. kewajiban tersebut berupa *call money* yang harus dipenuhi pada saat adanya kewajiban kliring, yang pemenuhannya dilakukan dari aktiva lancar yang dimiliki perusahaan. (Asngari, 2013). Dalam perbankan syariah tidak dikenal LDR (*Loan To Deposito Ratio*), tetapi menggunakan FDR (*Financing to Deposit Ratio*) sedangkan persamaan FDR untuk bank syariah sebagai berikut :

$$\text{FDR} = \frac{\text{Jumlah Pembiayaan yang disalurkan}}{\text{Total Deposit}} \times 100\%$$

Rasio ini menyatakan seberapa jauh kemampuan bank dalam membayar kembali penarikan dana yang dilakukan deposan dengan mengandalkan pembiayaan yang diberikan sebagai sumber likuiditasnya. Semakin tinggi nilai dari FDR memberikan indikasi semakin rendahnya kemampuan likuiditas bank yang bersangkutan.

Karena jumlah dana yang diperlukan untuk membiayai pembiayaan menjadi semakin besar. Rasio ini merupakan indikator kerawanan dan kemampuan suatu bank. Sebagian praktisi perbankan menyepakati bahwa batas aman dari LDR atau FDR sebesar 80%. Tetapi, batas toleransi berkisar antara 85% dan 100% (Dendawijaya, 2005:116-117).

2.2.3 *Market Share*

Pangsa pasar atau *market share* adalah persentase dari keseluruhan pasar untuk sebuah kategori produk atau *service* yang sudah dipilih dan dikuasai oleh satu atau lebih produk atau *service* tertentu yang dikeluarkan oleh sebuah perusahaan dalam kategori yang sama. Perhitungan jumlah persentase salah satunya dapat diukur dengan jumlah total produksi dan penjualan (Gunara & Sudibyo, 2007:33). Pangsa pasar atau *market share* adalah keseluruhan pasar yang berhasil dikuasai oleh perusahaan untuk menjual produk yang ditawarkan (Fatihin et al., 2020). Dapat dikatakan *market share* bank syariah adalah perbandingan seberapa besar atau seberapa banyak masyarakat menggunakan bank syariah dalam melakukan transaksi ekonomi dan keuangan.

Pangsa pasar menggambarkan kekuatan dari setiap bank dalam pasar. Jika bank memiliki nilai pasar yang semakin tinggi maka kekuatan pasarnya akan semakin besar. Hal ini menunjukkan bahwa bank tertentu mampu bersaing dalam persaingan yang terjadi. Apabila nilai *market share* suatu bank kecil maka dapat dikatakan bahwa bank tersebut tidak mampu bersaing dengan bank lainnya karena tidak memiliki kekuatan untuk

menguasai atau mengendalikan pasar yang ada (Hendra & Hartomo, 2018). *Market share* yang tinggi memiliki kemampuan yang besar untuk memberikan pelayanan kepada konsumen sehingga penjualan produk tinggi dan menghasilkan keuntungan yang besar juga bagi perusahaan (Naylah, 2010).

Dalam sebagian besar keadaan, perusahaan yang memiliki *market share* yang besar akan jauh lebih menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *market share* kecil. Perusahaan dapat merencanakan target penjualan sebagai acuan dalam melakukan ekspansi pasar atau akuisisi saham. *Market share* menjadi salah satu indikator yang penting dalam keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan. *Market share* sering digunakan untuk merefleksikan posisi perusahaan dalam sektor industrinya. Sehingga biasanya akan berdampak pada semakin besar *market share* maka semakin sukses perusahaan. Perusahaan yang sudah mencapai *market share* yang tinggi biasanya yang mereka layani jauh lebih menguntungkan dibandingkan saingan *market share* yang lebih kecil. Pentingnya *market share* juga diakui sebagai indikator utama pertumbuhan industri. Salah satunya dalam hal ini adalah industri perbankan syariah. Hal ini tidak mengherankan, karena perusahaan-perusahaan yang berstatus sebagai pemimpin besar cenderung memperoleh keuntungan dari kemampuan skala ekonomis serta *branding* yang mereka miliki (Fatihin et al., 2020).

Tujuan utama sebagian besar perusahaan yaitu untuk meningkatkan keuntungan (profitabilitas) dalam jangka pendek dan memperbesar *market share* dalam jangka menengah dan panjang. Peningkatan profitabilitas dapat dihasilkan dari mencari peluang di pasar yang dinamis dan berkembang dibandingkan dengan terus bersaing di pasar yang matang. Jadi, sementara *market share* menjadi indikator yang penting dalam persaingan pasar, dalam kenyataannya perusahaan harus mencari keselarasan jenis pasar dengan penawaran produk sebagai sarana keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Fatihin et al., 2020).

Oleh karena itu bank yang memiliki *market share* yang kecil harus mempunyai strategi pasar yang efektif untuk bersaing dengan bank yang lain sehingga tetap kompetitif dalam persaingan, selain itu bank dengan *market share* yang besar seharusnya memberikan ruang bagi bank lain untuk meningkatkan *market share* dengan tujuan untuk membangun kerjasama dalam mendorong kemajuan ekonomi.

Besarnya pangsa pasar setiap saat akan mengalami perubahan, hal ini dapat disebabkan oleh selera konsumen maupun berpindahnya minat konsumen dari satu produk atau jasa ke produk atau jasa lain yang dianggap lebih menarik. Adapun perhitungan *market share* dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Market Share} = \frac{\text{Total aset perbankan syariah}}{\text{Total aset perbankan nasional}} \times 100$$

Market share sering dijadikan sebagai salah satu indikator untuk melihat adanya kekuatan pasar dan juga seberapa penting perusahaan di dalam pasar. Selain profit dan harga saham, kesuksesan suatu perusahaan dapat ditentukan dari *market share* yang besar (Desil, 2020).

2.2.4 Bank Syariah

2.2.4.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam, yaitu adanya aturan perjanjian (akad) antara bank dengan pihak lain (nasabah) yang berlandaskan hukum Islam. Sehingga perbedaan mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional terdapat pada prinsip dasar operasionalnya yang tidak menggunakan bunga, akan tetapi menggunakan prinsip bagi hasil, jual beli dan prinsip lain yang sesuai dengan syariat Islam, karena bunga diyakini mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam (Rivai et al., 2007:759).

Menurut (Muhamad, 2015) Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak menggunakan bunga tetapi lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis. Atau dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengelolaannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Bank syariah yang berperan sebagai lembaga intermediasi melaksanakan kegiatan operasional sesuai dengan etika dan nilai-nilai dalam islam dan tidak mengandung unsur riba, *maysir*, *gharar*. Sesuai dengan firman Allah SWT di dalam Al-Qur'an surah Al-Imran 3:130, sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”

Berdasarkan tafsir (Qurthubi, 2009) menyatakan bahwa sesungguhnya disebutkan riba secara khusus diantara berbagai bentuk kemaksiatan lainnya karena terhadap riba Allah SWT menyatakan perang atasnya. Allah SWT berfirman “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu”. Kata perang mengisyaratkan pembunuhan. Maka, seakan akan Allah SWT berfirman, “Jika kalian tidak menjauhi riba niscaya kalian pasti kalah dan terbunuh”, Allah SWT memerintahkan mereka untuk meninggalkan riba karena riba dipraktikkan dalam masyarakat mereka.

Berdasarkan surah Al-Imran tersebut sudah sangat jelas bahwa riba tidak diperbolehkan dalam hukum Islam. Maka sebagai umat muslim yang baik kita seharusnya menghindari riba salah satunya dapat dilakukan dengan bertransaksi di bank syariah. Karena di dalam kegiatan operasionalnya bank syariah tidak mengenal adanya riba dan keuntungan yang diperoleh diistilahkan dengan bagi hasil.

Selain dalam Al-Qur'an pembicaraan tentang riba dalam hadis nabi juga berkaitan dengan bentuk-bentuk jual beli tertentu yang dipraktekkan pada masa pra Islam. Salah satu hadist yang menjelaskan tentang riba sebagai berikut : yang berkaitan dengan jual beli yaitu :

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : لَا تَبِيعُوا الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ إِلَّا مِثْلًا وَلَا تَشْتَفُوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا الْوَرَقَ بِالْوَرَقِ إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ وَلَا تَشْتَفُوا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَاجِزٍ (رواه البخاري ومسلم)

“Diriwayatkan oleh Abu said Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda janganlah kalian menjual emas dengan emas kecuali yang sama beratnya, janganlah kalian melebihkan sebahagian diatas bagian yang lain, janganlah kalian menjual perak dengan perak kecuali yang sama beratnya dan janganlah kalian melebihkan sebahagian diatas bagian yang lain, dan janganlah kalian menjual yang tidak ada diantara barang-barang itu dengan yang ada” (H.R Bukhari Muslim).

Hadis diatas menerangkan bahwa jual beli dengan barang-barang yang sejenis seperti emas dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, kurma dengan kurma harus dilakukan dengan ukuran, takaran dan timbangan yang sama. Apabila jual beli dilakukan dengan takaran yang berbeda maka dikategorikan riba, kecuali objek yang diperjualbelikan berbeda (Setyawati, 2017).

Oleh karena itu dari hadis tersebut sudah sangat jelas bahwa riba itu dilarang dan yang diperbolehkan adalah jual beli. Sehingga dalam perbankan syariah tidak mengenal dan menggunakan riba karena riba sudah bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis. Dengan melihat riba sangat berbahaya maka pada perbankan syariah tidak diperbolehkan karena kegiatan bank syariah berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis.

2.2.1.2 Prinsip Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam menjalankan kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam menjalankan aktivitasnya, bank syariah menerapkan prinsip-prinsip (Rivai et al., 2007:759-760) sebagai berikut :

1. Prinsip keadilan, prinsip ini tergambar ketika menerapkan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara bank dengan nasabah.
2. Prinsip kemitraan, bank syariah menempatkan dan menganggap nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun bank pada kedudukan yang sama tanpa membedakan antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun bank yang sederajat sebagai mitra usaha. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang berimbang antara semua nasabah.
3. Prinsip ketenteraman, produk-produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, seperti tidak adanya unsur riba serta penggunaan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketenteraman lahir dan batin.

4. Prinsip transparansi/keterbukaan, dengan adanya laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.
5. Prinsip universalitas, bank dalam mendukung kegiatan operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras, golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai rahmatan lil alamin.
6. Tidak ada riba (*non-usurious*).
7. Laba yang wajar (*legitimate profit*).

Pelaksanaan prinsip-prinsip di atas menjadi pembeda utama antara bank syariah dengan bank konvensional dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dengan demikian, bank syariah dalam melakukan kegiatan operasionalnya mengikuti aturan yang sudah dijelaskan di atas yaitu bebas dari riba, *maysir*, *gharar*, bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*), dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal. Dan biasanya dalam bank syariah prinsip yang dilarang disebut anti MAGHRIB (*maysir*, *gharar*, riba, dan *bathil*).

2.2.1.3 Fungsi Bank Syariah

Bank syariah mempunyai dua fungsi utama, yaitu sebagai badan usaha (*tamwil*) dan badan sosial (*mal*). Sebagai badan usaha, bank syariah mempunyai beberapa fungsi, yaitu sebagai manajer investasi, investor dan jasa pelayanan. Sebagai manajer investasi bank syariah menjalankan praktik penghimpunan dana dari para investor/nasabahnya dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* (titipan), *mudharabah* (bagi hasil), *ijarah* (sewa).

Sebagai investor, bank syariah melakukan penyaluran dana melalui kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa. Sebagai penyedia jasa perbankan, bank syariah menyediakan jasa keuangan, jasa non keuangan, dan jasa keagenan. Penyediaan jasa keuangan dilakukan dengan prinsip *wakalah*, *kafalah*, *hiwalah*, *rahn*, *qardh*, *sharf*, dan lain-lain. Pelayanan jasa non keuangan diberikan dalam bentuk *wadiah yad amanah* dan pelayanan jasa keagenan dengan prinsip *mudharabah muqayyadah*. Sementara itu sebagai badan sosial, bank syariah mempunyai fungsi sebagai pengelola dana sosial untuk penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, dan shadaqah (ZIS), serta penyaluran *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan) (Rivai et al., 2007:765).

2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Inflasi terhadap *Market Share*

Inflasi merupakan kenaikan tingkat harga barang secara keseluruhan yang berlangsung dalam jangka waktu tertentu yang diikuti oleh menurunnya nilai uang. Turunnya nilai mata uang disebabkan karena jumlah uang yang beredar meningkat. Peningkatan ini terjadi karena tingginya pengeluaran masyarakat disebabkan karena tingginya harga (Amir, 2015). Oleh karena itu banyak masyarakat yang mengambil dananya di bank untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak. Sehingga masyarakat lebih banyak menimbun barang dibandingkan dengan melakukan investasi pada sektor riil. Dalam

menghadapi tingkat inflasi perbankan syariah juga akan mengalami masalah yaitu dari sisi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK).

Kenaikan inflasi akan menaikkan suku bunga deposito. Sehingga suku bunga deposito pada perbankan konvensional lebih tinggi dan menarik dibandingkan return dari perbankan syariah, yang pada akhirnya masyarakat atau nasabah akan lebih memilih bank konvensional sehingga berpengaruh juga terhadap *market share*. Return yang lebih tinggi di perbankan konvensional akan meningkatkan *displacement* atau pengalihan dana yang besar dari perbankan syariah ke perbankan konvensional. Penurunan DPK akan menyebabkan penurunan *lending capacity* (total *liabilities* dikurangi Giro Wajib Minimum, *Cash in vault* dan modal) (Saekhu, 2015).

Apabila inflasi mengalami kenaikan maka akan menyebabkan naiknya harga-harga konsumsi (barang dan jasa), hal ini mengakibatkan perubahan pola *saving* dan pembiayaan pada masyarakat yang akan menurun. Perubahan tersebut tentunya akan berpengaruh terhadap kegiatan operasional perbankan syariah, jumlah dana yang dihimpun dari masyarakat berkurang sehingga nantinya akan mempengaruhi kinerja bank dalam menghasilkan profit (Aminatul, 2019).

2. Hubungan BI *rate* terhadap *Market Share*

Suku bunga yang dalam hal ini menggunakan BI *rate*. BI *rate* menggambarkan kebijakan moneter oleh Bank Indonesia (BI). BI *rate*

merupakan suku bunga acuan yang diumumkan Bank Indonesia setiap bulannya (Pradana, 2019). Meningkatnya suku bunga akan mengakibatkan nasabah memindahkan dananya ke bank konvensional. Naiknya suku bunga bank konvensional akan berakibat langsung terhadap sumber dana pihak ketiga bank syariah. Penurunan dana pihak ketiga pada bank syariah akibat pemindahan dana tersebut maka akan mempengaruhi kegiatan operasional perbankan bank syariah dalam hal pembiayaan dan penyaluran dana (Aminatul, 2019).

Tingkat suku bunga yang tinggi akan mengakibatkan meningkatnya suku bunga deposito dan mendorong masyarakat untuk menginvestasikan dananya pada sektor keuangan, khususnya perbankan. Suku bunga yang tinggi akan menyebabkan masyarakat lebih tertarik untuk menitipkan dananya kepada bank konvensional agar memperoleh bunga lebih tinggi. Sehingga Dana Pihak Ketiga yang masuk ke bank syariah sedikit, akibatnya dapat menurunkan *market share* bank syariah (Zulifiah & Susilowibowo, 2014).

3. Hubungan ROA terhadap *Market Share*

ROA merupakan rasio yang mencerminkan bagaimana suatu bank mengelola dana untuk memperoleh keuntungan. ROA mencerminkan bagaimana potensi bank dalam memperoleh keuntungan dari aset yang digunakan. Salah satu cara untuk melihat keefektifan kinerja bank dalam mengelola aktivitya yaitu menggunakan rasio ROA.

ROA suatu bank syariah yang semakin besar maka akan memperlihatkan tingkat keuntungan yang dicapai bank juga meningkat, sehingga mengindikasikan bahwa kinerja bank tersebut sangat baik dari segi penggunaan asetnya. Keuntungan yang semakin meningkat dan kinerja yang baik tersebut menunjukkan laba bank tersebut meningkat dan posisi *market share* juga akan meningkat.

ROA merupakan indikator profitabilitas dijadikan variabel yang mempengaruhi *market share*. Apabila Profitabilitas suatu bank mengalami peningkatan yang signifikan maka masyarakat akan memiliki kepercayaan untuk menempatkan dananya di bank tersebut karena bagi hasil yang diperoleh akan cukup menguntungkan baginya. Oleh karena itu semakin efisien penggunaan aset bank atau semakin besar ROA, maka semakin besar juga tingkat keuntungan yang akan diperoleh bank, sehingga akan semakin baik kinerja dan posisi *market share* bank tersebut (Saputra, 2014).

4. Hubungan CAR terhadap *Market Share*

CAR merupakan rasio yang mengukur kecukupan modal yang dimiliki bank untuk menunjang aktiva yang mengandung risiko (Dendawijaya, 2005). CAR merupakan salah satu indikator permodalan yang dijadikan variabel yang mempengaruhi *market share* didasarkan hubungannya dengan tingkat risiko bank. Kecukupan modal berkaitan dengan penyediaan sendiri yang dibutuhkan untuk menutup resiko kerugian yang mungkin timbul dari pergerakan aktiva

bank yang pada dasarnya sebagian besar dana berasal dari dana pihak ketiga. Hal ini mengakibatkan tingkat kepercayaan masyarakat meningkat dikarenakan tingginya rasio modal dapat melindungi depositan (Saputra, 2014).

Apabila masyarakat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi maka akan menggambarkan keberhasilan suatu bank terhadap pesaingnya. Keberhasilan yang diperoleh akan berpengaruh terhadap citra bank dan *market share*. Sehingga apabila CAR mengalami kenaikan maka *market share* juga akan tinggi. Manajemen bank perlu menaikkan nilai CAR sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia minimal 8% dan harus menjaga CAR diatas 8%. Bank harus melakukan ekspansi usahanya dengan modal yang cukup, sehingga lebih aman dalam rangka peningkatan *market share* (Rahmadeni & Wulandari, 2017).

CAR memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan *market share* bank syariah. Karena CAR mampu untuk mengidentifikasi dan menghindari risiko-risiko yang kemungkinan terjadi terhadap perbankan syariah. Tingkat CAR yang ideal akan menguntungkan bank dan meningkatkan kepercayaan masyarakat sebagai pemilik dana. Jika masyarakat sudah percaya maka akan memiliki keinginan yang lebih untuk menyimpan dananya di bank. Sehingga dengan semakin besarnya jumlah CAR berarti dana yang dapat disalurkan melalui pembiayaan juga akan semakin banyak yang nantinya akan berdampak

pada peningkatan profitabilitas (keuntungan). Profitabilitas yang meningkat akan berpengaruh terhadap aset suatu bank yang diukur dengan *market share* (Lestyaningsih, 2017).

5. Hubungan FDR terhadap *Market Share*

FDR merupakan rasio yang mengukur seberapa besar persentase dari aset bank syariah yang digunakan untuk penyaluran dana melalui pembiayaan. Rasio ini menunjukkan kemampuan perbankan menghubungkan depositan dengan debitur atau bank syariah mampu menjalankan fungsi intermediasinya dengan baik jika rasio FDR yang dimiliki sudah mencapai ketentuan yang berlaku. Semakin tinggi nilai FDR maka akan menyebabkan nilai pembiayaan menjadi naik, sehingga akan menaikkan *market share* bank syariah (Lestyaningsih, 2017).

FDR juga merupakan salah satu indikator likuiditas bank yang diukur dengan membandingkan total pembiayaan yang diberikan dengan total dana pihak ketiga yang telah dihimpun (Muhamad, 2015). Apabila nilai FDR suatu bank tinggi maka akan mencerminkan bank tersebut berada dalam kondisi kurang likuid dibandingkan dengan bank yang mempunyai angka rasio lebih kecil. Semakin rendah FDR menggambarkan kurangnya efektifitas bank dalam menyalurkan pembiayaan. Apabila rasio FDR bank berada pada standar yang ditetapkan oleh Bank Indonesia maka laba yang didapatkan akan meningkat. Peningkatan nilai FDR disebabkan pembiayaan yang

diberikan secara efektif semakin menimbulkan kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dananya di bank syariah, karena mereka percaya bahwa dana yang disimpan akan dikelola dengan baik oleh bank syariah untuk disalurkan ke nasabah pembiayaan (Saputra, 2014). Sehingga jika dari sisi pembiayaan meningkat maka akan meningkatkan *market share* perbankan syariah.

2.3.2 Pengembangan Hipotesis

Dalam kerangka konseptual dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan di atas dapat dihasilkan sebuah hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian sehingga acuan untuk merumuskan hipotesis adalah rumusan masalah dan kerangka berfikir (Sugiyono, 2016:284).

1. Pengaruh Inflasi terhadap *Market Share*

Penelitian (Siregar, 2017) menyatakan inflasi memiliki pengaruh yang negatif signifikan terhadap pangsa pasar perbankan syariah. Dengan adanya inflasi maka akan menyebabkan masalah pada ekonomi makro suatu negara, sehingga memberikan dampak negatif terhadap perbankan syariah. Hal ini disebabkan masyarakat lebih memilih memakai dananya untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dan investasi dalam bentuk lain. Dengan meningkatnya harga dan pendapatan masyarakat tetap maka akan menjadikan masyarakat tidak memiliki kelebihan dana untuk di tabung atau di investasikan (Batubara

& Nopiandi, 2020). Dari hasil penelitian tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H_1 : Inflasi berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

2. Pengaruh Bi Rate terhadap *Market Share*

Penelitian (Muyassar, 2019) mengatakan BI rate berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah. Bank syariah merupakan bank independen yang terpisah dari sistem bunga yang berlaku pada bank konvensional pada umumnya. Meskipun bank syariah tidak mengenal adanya bunga, tetapi keberadaan bunga dapat memiliki pengaruh terhadap kinerja bank syariah. Hal ini dikarenakan jika suku bunga naik, maka besar sekali kemungkinan nasabah bank syariah, baik aktual maupun potensial berpindah dari bank syariah ke bank konvensional, dan hal ini berarti perubahan suku bunga akan mempengaruhi bank syariah (Syachfuddin & Rosyidi, 2017). Dari hasil penelitian tersebut maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H_2 : Suku bunga (*BI rate*) berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah

3. Pengaruh ROA terhadap *Market Share*

Penelitian yang dilakukan oleh (Fatihin dkk., 2020) menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap *market share*. Yang menunjukkan jika semakin tinggi profitabilitas (ROA) maka akan meningkatkan aset bank sehingga pangsa pasar akan mengalami

peningkatan juga. ROA yang semakin besar akan menyebabkan *market share* juga akan membesar. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis yang diajukan adalah :

H_3 : *Return on Asset* (ROA) berpengaruh signifikan positif terhadap *market share* perbankan syariah.

4. Pengaruh CAR terhadap *Market Share*

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahman, 2016), menyatakan bahwa CAR memiliki pengaruh yang positif terhadap *market share*. Semakin besar CAR maka akan semakin tinggi permodalan bank dalam menjaga kemungkinan timbulnya risiko kerugian kegiatan usahanya. Tingginya rasio modal (CAR) dapat melindungi depositan, sehingga berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada bank yang juga akan berpengaruh pada peningkatan *market share*. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H_4 : *Capital Adequacy Ratio* (CAR) berpengaruh signifikan positif terhadap *market share* perbankan syariah.

5. Pengaruh FDR terhadap *Market Share*

Penelitian yang dilakukan oleh (Saputra, 2016) menyatakan bahwa FDR memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Semakin tinggi nilai FDR bank syariah dalam jumlah tertentu maka keuntungan yang diperoleh juga akan mengalami kenaikan sehingga akan meningkatkan pembiayaan dan menyebabkan tingginya *market share* bank syariah, dengan asumsi bank menyalurkan

dananya untuk pembiayaan yang efektif. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H_5 : *Financing to Deposit ratio* (FDR) berpengaruh signifikan positif terhadap *market share* perbankan syariah.

6. Pengaruh Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR dan FDR terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

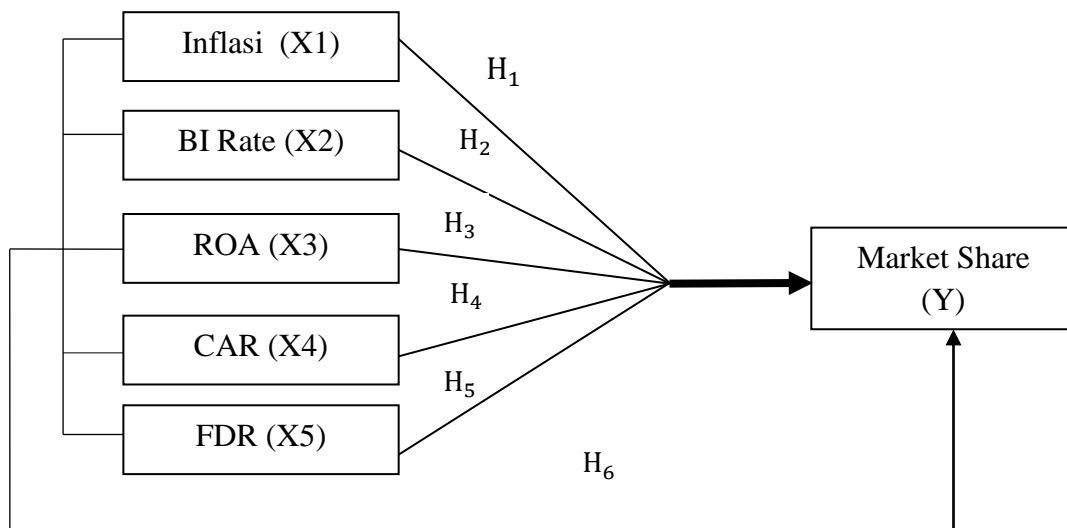
Dalam meningkatkan *Market share* dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi permodalan, kualitas aktiva produktif, manajemen, rentabilitas dan likuiditas (Riyadi, 2006). Sedangkan faktor eksternal seperti situasi perekonomian yang terjadi dalam suatu negara, meliputi nilai tukar, tingkat suku bunga dan inflasi (Arsani, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh (Virawan, 2017) mengatakan bahwa secara simultan variabel NOM, NPF, FDR, BOPO, *Bi rate*, IHSG dan Inflasi berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah. Dari hasil penelitian tersebut maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H_6 : Inflasi, *Bi rate*, ROA, CAR, FDR berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka dapat digambarkan kerangka konseptual mengenai pengaruh Faktor Makro Ekonomi (Inflasi, Suku Bunga (*BI rate*) dan *financial performance* (ROA, CAR, FDR) terhadap *market share* sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sesuai dengan gambar 2.1 di atas maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh perubahan secara parsial dan simultan variabel bebas yaitu, Inflasi, suku bunga (*BI Rate*), ROA, CAR, FDR terhadap *market share* perbankan syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *explanatory*, yaitu penelitian dengan tipe menilai hubungan sebab akibat antara variabel yang diteliti (*causal relationship*) (Sekaran & Bougie, 2010). Dari sisi tujuan penelitian, penelitian ini merupakan penelitian analitis atau sering disebut juga sebagai *explanatory research* karena tidak hanya bertujuan menjelaskan berbagai variabel tetapi juga menganalisis dan mengukur hubungan-hubungan antar variabel tersebut. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif jika dilihat dari sisi proses penelitian karena mengumpulkan dan menganalisis data numerik serta menggunakan berbagai uji statistik.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada Bank Umum Syariah di Indonesia periode 2015-2019. Alasan memilih Bank Umum Syariah sebagai lokasi penelitian karena Bank Umum Syariah merupakan bank dengan jaringan kantor cabang dan memiliki jumlah kantor terbanyak berdasarkan statistik perbankan syariah yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan. Tidak hanya jaringan kantor cabang yang banyak tetapi juga dari total aset, pembiayaan yang disalurkan dan dana pihak ketiga Bank Umum Syariah memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan dengan Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sehingga dianggap dapat mewakili perbankan syariah di Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh Bank Umum Syariah di Indonesiayangterdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau Bank Indonesia (BI) pada tahun 2015-2019. Adapun populasi dalam penelitian sebanyak 14 Bank Umum Syariah, dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini :

Tabel 3.1
Populasi penelitian

No	Nama Bank Umum Syariah
1.	PT. Bank Aceh Syariah
2.	PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah
3.	PT. Bank Muamalat Indonesia
4.	PT. Bank Victoria Syariah
5.	PT. Bank BRISyariah
6.	PT. Bank Jabar Banten Syariah
7.	PT. Bank BNI Syariah
8.	PT. Bank Syariah Mandiri
9.	PT. Bank Mega Syariah
10.	PT. Bank Panin Dubai Syariah
11.	PT. Bank Syariah Bukopin
12.	PT. BCA Syariah
13.	PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah
14.	PT. Maybank Syariah Indonesia

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2021

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel tersebut kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Oleh karena itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2016:81). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dari masing-masing Bank Umum Syariah, laporan Statistik Perbankan Syariah Indonesia dan mempunyai data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini tahun 2015-2019. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 6 Bank Umum Syariah, dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini :

Tabel 3.2
Sampel penelitian

No	Nama Bank Umum Syariah
1.	PT. Bank Muamalat Indonesia
2.	PT. Bank BRISyariah
3.	PT. Bank BNI Syariah
4.	PT. Bank Syariah Mandiri
5.	PT. Bank Syariah Bukopin
6.	PT. BCA Syariah

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2021

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu agar memperoleh data yang diinginkan (Sugiyono, 2016:85).

Adapun kriteria pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.3
Proses Pengambilan Sampel

No	Karakteristik Sampel	Jumlah Bank
1.	Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode Maret 2015 sampai Desember 2019 (OJK)	14
2.	Bank Umum Syariah yang tidak beroperasi sejak tahun 2015-2019	(2)
3.	Bank Umum Syariah yang tidak mempublikasikan data laporan keuangan triwulan secara berturut-turut pada tahun 2015-2019	(1)
4.	Bank Umum Syariah yang tidak memiliki kelengkapan data terkait rasio-rasio keuangan dan data harus memenuhi asumsi-asumsi data panel dan harus normal (tidak homogen)	(5)
5.	Bank Umum Syariah yang memenuhi kriteria untuk datanya dijadikan sampel penelitian	6

Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah data ROA, CAR, FDR, dan *market share* dari 6 Bank Umum Syariah yang diperoleh dari situs resmi Otoritas Jasa Keuangan. Serta data inflasi dan suku bunga (*BI rate*) dari situs resmi Bank Indonesia.

3.6 Data dan Jenis data

Data adalah sesuatu yang belum memiliki arti bagi penerimanya dan masih membutuhkan adanya suatu pengolahan. Data dapat berbentuk suatu keadaan, gambar, suara, huruf, angka, matematika, bahasa ataupun simbol-simbol lainnya yang dapat digunakan sebagai bahan untuk melihat lingkungan, obyek, kejadian ataupun suatu konsep (Siyoto & Sodik, 2015). Pada penelitian ini menggunakan data panel, dimana gabungan antara data *time series* dan *cross section* dengan menggunakan data triwulan dimulai dari Januari 2015 sampai dengan Desember 2019.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada dalam hal ini peneliti sebagai tangan kedua. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lain lain (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam penelitian ini data sekunder tersebut meliputi data laporan publikasi dari masing-masing website Bank Umum Syariah. Data *financial performance* diperoleh dari Statistik Perbankan Syariah yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sedangkan untuk data variabel makro ekonomi diperoleh dari Bank Indonesia untuk suku bunga (*BI rate*), data

inflasi diperoleh dari Badan Pusat Statistik, kemudian untuk data *market share* diperoleh dari Statistik Perbankan Indonesia dan Statistik Perbankan Syariah.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode studi pustaka dan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya (Siyoto & Sodik, 2015).

Dalam penelitian ini studi dokumentasi yang digunakan dengan mengumpulkan data-data yang terkait dengan *financial performance* yaitu data ROA, CAR, FDR yang diperoleh dari laporan keuangan publikasi Statistik Perbankan Syariah periode 2015-2019 yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan dan melalui pencatatan data laporan keuangan triwulan beberapa Bank Umum Syariah yang bersangkutan dengan cara diperoleh dari situs resmi Bank Umum Syariah . Sedangkan untuk data suku bunga (*BI rate*) diperoleh dari situs resmi Bank Indonesia. Kemudian data inflasi diperoleh dari situs resmi Badan Pusat Statistik. Dalam studi pustaka peneliti menelaah, mempelajari dan menganalisa data-data seperti jurnal, buku, artikel, literatur-literatur, laporan-laporan dan informasi lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

3.8 Definisi Operasional Variabel

3.8.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Bebas atau Independen (X)

Variabel Independen disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2016:39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya yaitu Inflasi (X_1), Suku bunga (*BI rate*)(X_2), ROA (X_3), CAR (X_4), FDR (X_5).

2. Variabel Terikat atau Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat, yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *market share* (Y). Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini ditampilkan pada tabel 3.4 di bawah ini :

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel		Definisi variabel	Pengukuran	Skala
1.	Faktor Makro Ekonomi	Inflasi	Kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus menerus. Ada tiga faktor yang membentuk pengertian inflasi tersebut yaitu kenaikan harga, berlaku secara umum, dan terjadi (berlangsung) secara terus menerus (Ambarini, 2015).	$\frac{\text{tingkat harga } t - \text{tingkat harga } t - 1}{\text{tingkat harga } t - 1} \times 100\%$	Rasio
		Suku Bunga (<i>Bi Rate</i>)	Menurut Bank Indonesia BI rate adalah suku bunga kebijakan yang mencerminkan sikap atau stance kebijakan moneter yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan diumumkan kepada publik	-	Rasio
2.	<i>Financial Performance</i>	ROA	ROA merupakan rasio yang mencerminkan bagaimana suatu perusahaan mengatur asetnya untuk memperoleh keuntungan (Muhamad, 2015).	$\frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$	Rasio
		CAR	Rasio kecukupan modal bank yang menunjukkan bagaimana sebuah perbankan mampu membiayai aktivitas kegiatannya dengan modal yang dimilikinya (Fahmi, 2015).	$\frac{\text{Modal Sendiri}}{\text{ATMR}} \times 100\%$	Rasio

		FDR	Rasio antara jumlah pembiayaan yang diberikan bank dengan dana yang diterima oleh bank atau dana yang dihimpun yang mencakup giro, tabungan dan deposito (Yusuf & Fatoni, 2019)	Jumlah pembiayaan yang disalurkan $\frac{\text{Total Deposit}}{\text{x 100\%}}$	Rasio
3.	Market Share	<i>Market Share</i> total aset	Perbandingan antara total aset perbankan syariah terhadap total aset perbankan nasional yang diukur dalam bentuk persentase (Desil, 2020)	Total aset perbankan syariah $\frac{\text{Total aset perbankan nasional}}{\text{x 100\%}}$	Rasio

Sumber : Diolah peneliti, 2021

3.9 Analisis Data

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif menyajikan data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentase. Statistik deskriptif juga dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2016:147-148).

3.9.2 Estimasi Model Data Panel

1. Metode *Common Effect* Model (CEM)

Metode *common effect* menggabungkan semua data tanpa melihat tempat dan waktu penelitian. Metode ini mengasumsikan sifat data antar unit *cross section* sama dalam berbagai kurun waktu. Model *common effect* merupakan model sederhana karena hanya menggabungkan data *time series* dan *cross section*. Dengan hanya penggabungan kedua jenis data tersebut maka dapat digunakan metode OLS (*Ordinary Least Square*) untuk mengestimasi model data panel (Oktafiani, 2019).

2. Metode *Fixed Effect* Model (FEM)

Metode *Fixed Effect* Model mengasumsikan jika setiap antar unit waktu maupun antar unit sektor memberikan dampak yang berbeda pada setiap model. Dampak yang berbeda tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien intersep, sehingga metode *fixed effect* model akan mempunyai intersep yang berbeda-beda.

3. Metode *Random Effect* Model (REM)

Dalam metode *random effect* perbedaan karakteristik individu dan waktu diakomodasikan dengan *error* dari model. Mengingat terdapat dua komponen yang mempunyai kontribusi pada pembentukan *error* (yaitu individu dan waktu), maka pada metode ini perlu diuraikan menjadi error untuk komponen individu, error untuk komponen waktu dan error gabungan (Oktafiani, 2019).

3.9.3 Tahap analisis Pemilihan Model Terbaik

1. Uji *Chow* (*Chow Test*)

Uji *Chow* digunakan untuk memilih apakah model data panel di regresi dengan metode *Common Effect* atau *Fixed Effect*, jika dari hasil uji tersebut yang terpilih metode *Common Effect*, maka tidak perlu di uji kembali dengan uji Hausman, tetapi jika dari hasil uji *Chow* terpilih metode *Fixed Effect* maka harus ada uji lanjutan dengan uji Hausman. Adapun hipotesis dalam uji *Chow* sebagai berikut :

H_0 : Model *Common Effect* (CEM)

H_1 : Model *Fixed Effect* (FEM)

Adapun penilaiannya dengan melihat nilai probabilitas untuk *cross section* F. Jika nilainya lebih dari 0,05 maka H_0 diterima atau yang terpilih adalah model *Common Effect*, tetapi jika kurang dari 0,05 maka H_1 diterima atau yang terpilih model *Fixed Effect*.

2. Uji Hausman

Uji Hausman adalah pengujian statistik untuk menentukan apakah model *Fixed Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat. Adapun hipotesis dalam uji Hausman sebagai berikut :

H_0 : Model *Random Effect* (REM)

H_1 : Model *Fixed Effect* (FEM)

Adapun penilaiannya dengan melihat nilai probabilitas untuk *cross section* F. Jika nilainya lebih dari 0,05 maka H_0 diterima atau yang terpilih adalah

model *Random Effect*, tetapi jika kurang dari 0,05 maka H_1 diterima atau yang terpilih model *Fixed Effect*.

3. Uji LM (*Lagrange Multiplier*)

Uji LM digunakan untuk memilih model *common Effect* atau *Random Effect* yang paling tepat untuk digunakan dalam mengestimasi data panel.

Uji LM dikembangkan oleh *Breusch-Pagan*, dimana pengujian signifikansi model *random effect* didasarkan pada nilai residual dari *metode common effect*. Adapun hipotesis dalam uji LM sebagai berikut :

H_0 : Model *Common Effect* (CEM)

H_1 : Model *Random Effect* (REM)

Adapun penilaiannya dengan melihat nilai probabilitas untuk *cross section F*. Jika nilainya lebih dari 0,05 maka H_0 diterima atau yang terpilih adalah model *Common Effect*, tetapi jika kurang dari 0,05 maka H_1 diterima atau yang terpilih model *Random Effect*.

3.9.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2010:103).

Untuk uji normalitas data, dapat menggunakan uji *Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $\text{Asymp.sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

jika $\text{Asymp.sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independen. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi masing-masing variabel bebas (independen) saling berhubungan secara linier. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2005).

Multikolinearitas dapat diketahui dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih, yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $\text{VIF} = 1/\text{Tolerance}$). Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $\text{Tolerance} \leq 0,10$ atau sama dengan VIF (Ghozali, 2005).

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi diperlukan untuk melakukan uji mengenai sama atau tidak varians residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama maka terjadi Homoskedastisitas sebaliknya jika variansnya tidak sama atau berbeda

disebut terjadi Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas diuji dengan metode White test. Apabila masing-masing variabel independen memiliki nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik jika tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak untuk diprediksi. Masalah autokorelasi akan muncul jika ada korelasi secara linier antara kesalahan pengganggu periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya) (Sunyoto, 2010:110).

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat hubungan yang kuat, baik hubungan positif maupun negatif antara data yang ada pada variabel-variabel penelitian. Jika terjadi hubungan yang kuat maka terjadi autokorelasi. Pengujian autokorelasi dapat dilihat melalui *Lagrange Multiplier Test (Breusch-Godfrey)*

3.9.5 Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur atau mengetahui pengaruh antara variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). (Sunyoto, 2010:29). Model regresi data panel merupakan teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen yang menggunakan data dalam bentuk time series dan cross section. Pada

penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah faktor makro ekonomi (inflasi, suku bunga (BI rate) dan *financial performance* (ROA, CAR, FDR) dan variabel dependen adalah *market share*.

Sehingga model persamaan regresi dari penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 \cdot X_{1it} - b_2 \cdot X_{2it} - b_3 \cdot X_{3it} + b_4 \cdot X_{4it} - b_5 \cdot X_{5it} + e$$

Keterangan :

Y = Market Share

a = Konstanta persamaan regresi

b = Koefisien regresi

X_1 = Inflasi

X_2 = Suku Bunga (BI rate)

X_3 = ROA

X_4 = CAR

X_5 = FDR

e = Kesalahan (error) atau faktor-faktor diluar variabel yang tidak dimasukkan sebagai variabel model di atas

i = Unit Cross Section

t = Periode Waktu

3.9.6 Uji Hipotesis

1. Uji secara parsial (Uji t)

Uji statistik t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) (Widarjono, 2010).

Tujuan uji t (parsial) adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian yang dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel.

Hipotesis uji parsial (uji t) sebagai berikut :

H_0 : Variabel X secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*.

H_1 : Variabel X secara parsial pengaruh signifikan terhadap *market share*.

Uji t dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat α sebesar 5%). Dasar pengambilan keputusan uji statistik t sebagai berikut :

- a. Apabila nilai probabilitas > nilai signifikansi dan nilai t hitung < t tabel maka H_0 diterima atau terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara parsial.
- b. Apabila nilai probabilitas < nilai signifikansi dan nilai t hitung > t tabel maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

2. Uji secara simultan (Uji statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua atau secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen (Widarjono, 2010). Hipotesis uji simultan sebagai berikut :

- a. H_0 : Variabel X secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*.
- b. H_1 : Variabel X secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *market share*.

Kriteria penilaian uji statistik F sebagai berikut :

- a. Apabila nilai probabilitas F hitung $>$ nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ dan nilai F hitung $<$ nilai F tabel maka H_0 diterima atau terdapat pengaruh tidak signifikan variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.
 - b. Apabila nilai probabilitas F hitung $<$ nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ dan nilai F hitung $>$ nilai F tabel maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*) (Widarjono, 2010). Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Apabila nilai koefisien determinasi kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Dan apabila nilai koefisien determinasi mendekati 1, berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2005). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

r^2 : Koefisien Korelasi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Perkembangan industri perbankan syariah yang cukup pesat mendorong pemerintah untuk menyempurnakan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan menjadi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Dengan adanya Undang-Undang tersebut menjadikan sistem keuangan dan perbankan ganda dalam penerapannya mulai memiliki arah serta banyak lembaga keuangan syariah yang beroperasi secara berdampingan dengan lembaga keuangan konvensional. Payung hukum perbankan syariah semakin sempurna dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang secara khusus mengatur tentang Perbankan Syariah. (Asmoro, 2018).

Dalam penelitian ini, data yang digunakan merupakan data dari laporan keuangan Bank Umum Syariah yang diolah menggunakan *software* *eviews* 9. Objek dalam penelitian ini adalah nilai inflasi dan *Bi Rate* yang terdaftar pada Badan Pusat Statistik dan Bank Indonesia pada tahun 2015-2019. Serta data ROA, CAR, dan FDR yang terdaftar pada OJK pada tahun 2015-2019. Jumlah Bank Umum Syariah yang terdaftar dalam periode pengamatan 2015-2019 sebanyak 14 perusahaan perbankan dari berbagai macam jenis perusahaan perbankan, akan tetapi dengan melakukan pemilihan sampel dengan metode *purposive sampling* dalam

penelitian ini hanya menggunakan 6 perusahaan perbankan selama periode 5 tahun. Gambaran tahap pemilihan sampel ditampilkan pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1
Tahap Pemilihan Sampel

No	Karakteristik Sampel	Jumlah Bank
1.	Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode Maret 2015 sampai Desember 2019 (OJK)	14
2.	Bank Umum Syariah yang tidak beroperasi sejak tahun 2015-2019	(2)
3.	Bank Umum Syariah yang tidak mempublikasikan data laporan keuangan triwulan secara berturut-turut pada tahun 2015-2019	(1)
4.	Bank Umum Syariah yang tidak memiliki kelengkapan data terkait rasio-rasio keuangan dan data harus memenuhi asumsi-asumsi data panel dan harus normal (tidak homogen)	(5)
5.	Bank Umum Syariah yang memenuhi kriteria untuk datanya dijadikan sampel penelitian	6

Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Dari 14 Bank Umum Syariah yang terdaftar di OJK selama periode 2015-2019, terdapat 6 BUS yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Daftar perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel penelitian ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Daftar Objek Penelitian

No	Bank Umum Syariah
1.	PT. Bank Muamalat Indonesia
2.	PT. Bank BRISyariah
3.	PT. Bank BNI Syariah
4.	PT. Bank Syariah Mandiri
5.	PT. Bank Syariah Bukopin
6.	PT. BCA Syariah

Sumber : Otoritas jasa Keuangan, 2015-2019

Adapun BUS yang paling tua adalah PT. Bank BRISyariah yang berdiri pada tahun 1969, sedangkan BUS yang paling muda adalah PT. Bank BNI Syariah yang berdiri pada tahun 2010. Selanjutnya BUS yang paling tua *listing* di otoritas jasa keuangan adalah PT. Bank Muamalat Indonesia dan PT Bank Syariah Mandiri yaitu pada tahun 2003, sedangkan yang paling muda *listing* di otoritas jasa keuangan adalah PT. Bank BCA Syariah tahun 2010.

Kemudian untuk BUS yang terdaftar di otoritas jasa keuangan dan termasuk dalam perusahaan Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Devisa adalah PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri. Sedangkan untuk BUS yang terdaftar di otoritas jasa keuangan dan termasuk dalam perusahaan Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Non Devisa adalah PT. Bank BRISyariah, PT. Bank Syariah Bukopin dan PT. Bank BCA Syariah.

Otoritas Jasa Keuangan atau yang disebut OJK menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2011 adalah lembaga yang independen di mana mempunyai fungsi, tugas, dan wewenang dalam pengaturan, pengawasan, pemeriksaan serta penyidikan dan memiliki fungsi untuk menyelenggarakan sistem pengaturan serta pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan pada sektor jasa keuangan.

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menggambarkan data dilihat dari nilai mean, median, standar deviasi, varian, nilai maximum, minimum, *sum*, *range*,

kurtosis dan *swekness* (kemencengan distrubusi). Statistik deskriptif menjelaskan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 4.3 berikut dijelaskan tentang jumlah sampel (n), nilai mean, minimum, serta nilai maksimum untuk masing-masing variabel :

Tabel 4.3
Hasil Statistik Deskriptif

No	Variabel	Minimum	Maksimun	Mean
1.	<i>Market Share</i> (Y)	4,600000	6,030000	5,316250
2.	Inflasi(X_1)	2,620000	7,230000	3,978750
3.	<i>Bi Rate</i> (X_2)	4,250000	7,500000	5,800000
4.	ROA(X_3)	0,020000	1,970000	0,774083
5.	CAR(X_4)	10,16000	43,78000	18,96817
6.	FDR(X_5)	68,05000	102,0900	85,29883
Observasi		120		

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 sampel yang diambil dari laporan publikasi triwulan 6 Bank Umum Syariah dan publikasi Badan Pusat Statistik terkait data tentang Inflasi dan *Bi Rate* yang diterbitkan pada periode 2015-2019. Adapun interpretasi dari tabel 4.3 sebagai berikut :

1. *Market Share*

Variabel *Market Share* Bank Syariah dalam penelitian ini mempunyai nilai minimum sebesar 4,6% dan nilai maksimum 6,03%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel dari *market share* yang diambil pada penelitian ini memiliki kisaran sebesar 4,6% sampai dengan 6,03% dengan nilai mean 5,31% yang menandakan rata-rata *market share* saat periode penelitian tahun 2015-2019.

2. Inflasi

Variabel Inflasi dalam penelitian ini mempunyai nilai minimum sebesar 2,6% dan nilai maksimum 7,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel dari inflasi yang diambil pada penelitian ini memiliki kisaran sebesar 6,2% sampai dengan 7,2% dengan nilai mean 3,9% yang menandakan rata-rata Inflasi saat periode penelitian tahun 2015-2019.

3. *Bi Rate*

Variabel *Bi Rate* dalam penelitian ini mempunyai nilai minimum sebesar 4,2% dan nilai maksimum 7,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel dari *Bi rate* yang diambil pada penelitian ini memiliki kisaran sebesar 4,2% sampai dengan 7,5% dengan nilai mean 5,8% yang menandakan rata-rata *Bi Rate* saat periode penelitian tahun 2015-2019.

4. ROA

Variabel ROA dalam penelitian ini mempunyai nilai minimum sebesar 0,02% dan nilai maksimum 1,9% . Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel dari ROA yang diambil pada penelitian ini memiliki kisaran sebesar 0,02% sampai dengan 1,9% dengan nilai mean 0,7% yang menandakan rata-rata ROA saat periode penelitian tahun 2015-2019.

5. CAR

Variabel CAR dalam penelitian ini mempunyai nilai minimum sebesar 10,16% dan nilai maksimum 43,78%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel dari CAR yang diambil pada penelitian ini memiliki kisaran

sebesar 10,16% sampai dengan 43,78% dengan nilai mean 18,96% yang menandakan rata-rata CAR saat periode penelitian tahun 2015-2019.

6. FDR

Variabel FDR dalam penelitian ini mempunyai nilai minimum sebesar 68,05% dan nilai maksimum 102,09%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel dari FDR yang diambil pada penelitian ini memiliki kisaran sebesar 68,05% sampai dengan 102,09% dengan nilai mean 85,29% yang menandakan rata-rata FDR saat periode penelitian tahun 2015-2019.

4.1.3 Pemilihan Model Regresi Data Panel

Dalam regresi data panel, untuk menentukan model estimasi yang terbaik dalam penelitian dapat dilakukan dengan Uji Chow, Uji Hausman dan Uji Lagrange Multiplier (LM). Adapun pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Uji Chow

Uji Chow dilakukan untuk memilih model mana yang terbaik antara *Common Effect* dengan *Fixed Effect*. Dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Model *Common Effect*

H_1 : Model *Fixed Effect*

Kriteria pengujian dalam Uji Chow adalah jika nilai (Prob.) Cross Section Chi-Square > nilai level of signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05), maka H_0 diterima. Sebaliknya jika nilai (Prob.) Cross Section Chi-Square < nilai level of signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) maka H_1 diterima. Adapun hasil Uji Chow ditampilkan pada tabel 4.4 berikut :

Tabel 4.4
Uji Chow

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section Chi-square</i>	5,567868	0,3506

Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 hasil Uji Chow menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Cross section Chi-Square* sebesar $0,3506 > 0,05$, artinya bahwa H_0 diterima sehingga model yang terpilih adalah model *Common Effect*. Karena pada Uji Chow model yang terpilih adalah *Common Effect* maka tidak perlu di uji kembali dengan Uji Hausman tetapi dilanjutkan dengan Uji Langrange Multilier (LM).

2. Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji LM dilakukan untuk memilih model mana yang terbaik antara *Common Effect* dan *Random Effect*. Dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Model *Common Effect*

H_1 : Model *Random Effect*

Kriteria pengujian dalam Uji LM adalah jika nilai (Prob.) *Cross Section Chi-Square* < nilai level of signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05), maka H_1 diterima. Sebaliknya jika nilai (Prob.) *Cross Section Chi-Square* > nilai level of signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05), maka H_0 diterima. Berikut hasil dari uji LM :

Tabel 4.5
Uji Lagrange Multiplier Breusch-Pagan

LM Statistik	0,5244
Probabilitas	0,0000

Sumber : Data diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 hasil Uji LM menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Cross section Chi-Square* sebesar $0,0000 < 0,05$, artinya

bahwa H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini model *random effect* lebih tepat dibandingkan dengan *common effect*.

4.1.4 Model Terpilih Dalam Penelitian

Berdasarkan hasil dari kedua pengujian yang telah dilakukan dengan uji Chow dan uji LM, model yang terpilih sebagai model terbaik yaitu *Random Effect Model* (REM). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model estimasi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Inflasi, Bi Rate, ROA, CAR, FDR terhadap *Market Share* Perbankan Syariah berdasarkan uji LM adalah *Random Effect Model* (REM). Berikut tabel regresi data panel dengan model REM :

Tabel 4.6
Model Regresi terpilih (REM)

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-Statistik	Prob.
Konstanta	7,887167	0,294101	26,81784	0,0000
X ₁ Inflasi	-0,164277	0,024920	-6,592078	0,0000
X ₂ Bi Rate	-0,143375	0,027560	-5,202244	0,0000
X ₃ ROA	-0,067201	0,052687	-1,275471	0,2047
X ₄ CAR	0,007532	0,003810	1,976837	0,0505
X ₅ FDR	-0,013794	0,004092	-3,371036	0,0010
R-squared = 0,691618		F-statistik = 51,13435		
Adj. R-squared = 0,678093		Prob = 0,000000		

Sumber : Data diolah Peneliti, 2021

$$MS = 7,887167 - 0,164277 \text{ Inflasi} - 0,143375 \text{ BI Rate} - 0,067201 \text{ ROA} + 0,007532 \text{ CAR} - 0,013794 \text{ FDR}$$

Adapun Interpretasi model regresi data panel sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 7,887167 menyatakan jika seluruh variabel independen yaitu Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR, sama dengan nol

maka besarnya *market share* sama dengan besarnya konstanta yaitu 7,887167.

2. Koefisien regresi Inflasi (X_1) sebesar -0,164277 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai inflasi maka akan menurunkan *market share* sebesar -0,164277
3. Koefisien regresi *Bi Rate* (X_2) sebesar -0,143375 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai *Bi Rate* maka akan menurunkan *market share* sebesar -0,143375.
4. Koefisien regresi ROA (X_3) sebesar -0,067201 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai ROA maka akan menurunkan *market share* sebesar -0,067201
5. Koefisien regresi CAR (X_4) sebesar 0,007532 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai CAR maka akan meningkatkan *market share* sebesar 0,007532.
6. Koefisien regresi FDR (X_5) sebesar -0,013794 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 satuan nilai FDR maka akan menurunkan *market share* sebesar -0,013794.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Jarque-Bera* dengan melihat nilai probability. Jika nilai probability lebih besar dari nilai derajat $\alpha = 5\%$ (0,05), maka penelitian ini tidak terdapat masalah normalitas atau data terdistribusi

normal. Sebaliknya, jika nilai probability lebih kecil dari nilai derajat kesalahan $\alpha = 5\%$ (0,05), maka dalam penelitian ini terdapat permasalahan normalitas atau data tidak terdistribusi normal. Berikut tabel hasil uji normalitas data :

Tabel 4.7
Uji Normalitas

<i>Jarque Bera</i>	3,866548
Probabilitas	0,144674

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai *probability jarque-bera* pada penelitian ini sebesar 0,144674 lebih besar dari nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05). Oleh karena itu, data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Correlation Matrix*, jika nilai *Correlation Matrix* lebih dari 0,9 maka terdapat gejala multikolinearitas. Berikut adalah tabel hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas

	X_1 Inflasi	X_2 <i>Bi Rate</i>	X_3 ROA	X_4 CAR	X_5 FDR
X_1 Inflasi	1,000000	0,556706	-0,044211	-0,148742	0,413202
X_2 <i>Bi Rate</i>	0,556706	1,000000	0,031014	-0,143638	0,461935
X_3 ROA	-0,044211	0,031014	1,000000	0,222743	-0,067108
X_4 CAR	-0,148742	-0,143638	0,222743	1,000000	0,182053
X_5 FDR	0,413202	0,461935	-0,067108	0,182053	1,000000

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa hubungan antar variabel independen (Inflasi, *Bi Rate*, ROA,

CAR, FDR) tidak ada nilai korelasi $> 0,9$. Nilai korelasi tertinggi sebesar 0,556706 yaitu antara Inflasi dengan *Bi Rate*. Karena nilai $0,556706 < 0,9$ maka dapat dikatakan bahwa pada model tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Teknik pendektasian ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji white. Pengambilan keputusan dalam uji ini adalah jika nilai probabilitas signifikan $\alpha = 0,05$ (5%), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Berikut tabel uji heteroskedastisitas :

Tabel 4.9
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Probabilitas
Konstanta	0,3186
X_1 Inflasi	0,1049
X_2 <i>Bi Rate</i>	0,4661
X_3 ROA	0,9437
X_4 CAR	0,7620
X_5 FDR	0,1231

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai probabilitas lebih dari 0,05. Hal ini berarti bahwa model regresi terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan *Breush-Godfrey Serial Correlation LM Test* pada Eviews. Jika nilai *Prob Chi-*

$Square (Obs * R-Square) > 0,05$, maka tidak terjadi autokorelasi.

Berikut tabel uji autokorelasi :

Tabel 4.10
Uji Autokorelasi

<i>Lagrange Multiplier Test (Breusch-Godfrey)</i>	
<i>Prob. F</i>	0,4963
<i>Prob. Chi-Square</i>	0,4741

Sumber : Diolah Peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai Prob *Chi-Square* sebesar $0,4741 > 0,05$. Oleh karena itu hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa data tidak terdapat masalah autokorelasi. Sehingga distribusi data pada model pengaruh Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia dinyatakan memenuhi asumsi autokorelasi.

4.1.6 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Tujuan analisis Uji untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial (individu) dari variabel independen (Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR) terhadap variabel dependen yaitu *Market Share* Bank Syariah di Indonesia. Hasil uji t dapat dilihat dari nilai probabilitas dan nilai t statistik (t hitung).

Kriteria untuk pengujian ini adalah jika nilai probabilitas $<$ nilai signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) dan nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai probabilitas $>$ nilai

signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) dan nilai t hitung $< t$ tabel maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji statistik t memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu di dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada Tabel 4.6 memperlihatkan interpretasi hasil output uji t (uji parsial) sebagai berikut :

1. Pengaruh Inflasi terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia

Nilai koefisien regresi parsial dari Inflasi (X_1) menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,0000 < 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan H_1 diterima, artinya Inflasi (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Koefisien Inflasi sebesar -0,164277 menunjukkan angka negatif, artinya Inflasi memiliki arah hubungan negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

2. Pengaruh *Bi Rate* terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia

Nilai koefisien regresi parsial dari *Bi Rate* (X_2) menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,0000 < 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan H_2 diterima, artinya *Bi Rate* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Koefisien *Bi Rate* sebesar -0,143375 menunjukkan angka negatif, artinya *Bi Rate* memiliki arah hubungan negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

3. Pengaruh ROA terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia
 Nilai koefisien regresi parsial dari ROA (X_3) menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,2047 > 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan H_3 ditolak, artinya ROA (X_3) tidak berpengaruh terhadap *market share*.
4. Pengaruh CAR terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia
 Nilai koefisien regresi parsial dari CAR (X_4) menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,0505 > 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan H_4 ditolak, artinya CAR (X_4) tidak berpengaruh terhadap *market share*.
5. Pengaruh FDR terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia
 Nilai koefisien regresi parsial dari FDR (X_5) menghasilkan nilai probabilitas sebesar $0,0010 < 0,05$. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan H_5 diterima, artinya FDR (X_5) berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Koefisien FDR sebesar $-0,013794$ menunjukkan angka negatif, artinya FDR memiliki arah hubungan negatif terhadap *market share* perbankan syariah.

2. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR) memiliki pengaruh secara bersama sama (simultan) terhadap variabel dependen (*Market Share*). Uji F memperlihatkan apakah variabel independen yang terdapat pada model

model berpengaruh secara bersama-sama terhadap semua variabel dependen.

Kriteria pengujian uji F adalah jika nilai probabilitas F hitung $< \alpha = 5\%$ (0,05) dan nilai F hitung $>$ nilai F tabel maka terdapat pengaruh secara simultan. Sedangkan jika nilai probabilitas F hitung $> \alpha = 5\%$ (0,05) dan nilai F hitung $<$ nilai F tabel maka tidak terdapat pengaruh secara simultan.

Dari hasil uji F diperoleh nilai probabilitas F hitung sebesar 0,000000 lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ ($0,000000 < 0.05$) yang artinya secara simultan variabel independen (Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR) berpengaruh signifikan terhadap *market share* Perbankan Syariah.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen terhadap variabel independen.

Berdasarkan uji determinasi nilai dari R-Squared 0,69 atau 69% berarti bahwa variabel dependen (*Market Share*) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Inflasi, *Bi Rate*, ROA, CAR, FDR) sebesar 69%. Sedangkan 31% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Inflasi terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Hasil penelitian memperlihatkan secara parsial inflasi memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *market share*. Artinya jika terjadi kenaikan tingkat harga secara terus menerus atau terjadi inflasi maka akan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan di bank. Masyarakat lebih memilih menggunakan dananya untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dan cenderung akan berinvestasi pada sektor non produktif dibandingkan untuk menabung atau investasi ke arah yang produktif. Sehingga banyak bank yang di *rush*, yang mengakibatkan bank kekurangan dana atau rendahnya dana investasi yang tersedia. Inflasi berpengaruh terhadap dunia perbankan sebagai salah satu institusi keuangan. Sebagai lembaga yang fungsi utamanya sebagai mediasi, bank sangat rentan dengan resiko inflasi terkait dengan mobilitas dananya.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian (Siregar, 2017) yang mengatakan bahwa inflasi berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share*. Karena sebagian besar wilayah Indonesia merupakan negara kepulauan maka salah satu faktor ekonomi yaitu inflasi sering terjadi di Indonesia.

Berikut ini dapat dilihat data perkembangan tentang Inflasi, DPK dan *market share* tahun 2015-2019 pada tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.11**Data Perkembangan Inflasi, DPK, dan Market Share**

Tahun	Inflasi (dalam persentase)	DPK BUS (dalam triliun rupiah)	Market Share (dalam persentase)
2015	3,35	174,89	4,83
2016	3,02	206,407	5,33
2017	3,16	238,22	5,78
2018	3,13	257,61	5,96
2019	2,72	288,98	6,18

Sumber : Data diolah peneliti, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa perkembangan inflasi berfluktuasi, pada tahun 2015 sebesar 3,35% kemudian pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 3,02%, pada tahun 2017 kembali mengalami kenaikan sebesar 3,16. Kenaikan dan penurunan inflasi akan berpengaruh terhadap DPK, jika inflasi tinggi maka DPK bank syariah akan mengalami penurunan sebaliknya jika inflasi mengalami penurunan maka DPK akan meningkat. Dan kondisi ini akan berpengaruh juga terhadap peningkatan *market share*.

Dalam penelitian (Saekhu, 2015) mengatakan bahwa dalam menghadapi inflasi perbankan syariah menghadapi masalah utama yaitu, dari sisi penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK). Kenaikan tingkat inflasi akan meningkatkan suku bunga deposito. Sehingga suku bunga deposito pada perbankan konvensional lebih tinggi dan menarik dibandingkan *return* dari perbankan syariah. Return yang lebih tinggi pada perbankan konvensional akan meningkatkan pengalihan dana yang besar dari perbankan syariah ke perbankan konvensional.

Penurunan dana pihak ketiga akan mengurangi kemampuan bank syariah dalam mengelola likuiditasnya untuk meningkatkan pendapatan. Karena penurunan DPK akan menyebabkan penurunan *lending capacity*.

4.2.2 Pengaruh *Bi Rate* terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara parsial *Bi Rate* memiliki pengaruh signifikan negatif. Yang berarti jika suku bunga (*BI Rate*) yang ditetapkan oleh Bank Indonesia mengalami peningkatan maka akan berpengaruh juga terhadap *market share*. Dimana masyarakat akan lebih tertarik menggunakan Bank Konvensional karena suku bunga yang tinggi. Hal ini disebabkan perubahan prioritas nasabah yang memikirkan keuntungan dan mayoritas nasabah bank syariah di Indonesia bukanlah nasabah yang loyal tetapi didominasi oleh masyarakat yang rasional. Sehingga kenaikan suku bunga pinjaman, dalam jangka waktu tertentu akan menarik nasabah untuk menempatkan dananya pada bank konvensional karena imbalan yang ditawarkan atau didapatkan jauh lebih menarik dibandingkan dengan bagi hasil yang ada di bank syariah (Perdanasari, 2018).

Peningkatan suku bunga akan mengurangi *market share* perbankan syariah karena suku bunga yang tinggi akan mengurangi nilai aset perbankan syariah dan meningkatkan risiko perpindahan nasabah (*displacement risk*) pada perbankan syariah. Walaupun pada dasarnya bank syariah tidak mengenal adanya suku bunga. Tetapi

peningkatan bunga akan meningkatkan risiko sehingga perbankan syariah akan kesulitan dalam menghadapi risiko peningkatan suku bunga tersebut. Selain itu, suku bunga yang tinggi juga akan mengurangi keuntungan dan memberikan kerugian bagi perbankan syariah. Setiap terjadi kenaikan suku bunga maka bank syariah akan mendapatkan dampak negatif dari kejadian tersebut (Hutapea & Kasri, 2010).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Fatihin, dkk., 2020), dimana dampak negatif suku bunga mengakibatkan perbankan syariah tidak mampu meningkatkan *market share*nya, sehingga suku bunga yang tinggi merupakan hal yang tidak menguntungkan bagi perbankan syariah. Dengan adanya peningkatan suku bunga, perbankan syariah juga akan mengalami kesulitan likuiditas. Hal ini dikarenakan masyarakat banyak memindahkan dananya ke perbankan konvensional. Meskipun bank syariah menawarkan bagi hasil yang tinggi tetapi tidak terdapat dampak yang signifikan terhadap peningkatan pendanaan perbankan syariah ketika terjadi kenaikan suku bunga yang tinggi (Soon & Liu 2009). Hal ini disebabkan karena perbankan syariah menerapkan prosedur yang cukup rumit dan biaya yang lebih tinggi dari perbankan konvensional.

Dalam penelitian (Arif & Rahmawati, 2018) juga mengatakan *BI Rate* yang meningkat akan mengakibatkan keuntungan bunga deposito bank konvensional lebih besar dibandingkan dengan nisbah

bagi hasil bank syariah, sehingga hal tersebut akan menurunkan *market share* bank syariah. Hal ini disebabkan banyak masyarakat yang menarik dananya di bank syariah dan berpindah ke bank konvensional.

4.2.3 Pengaruh ROA Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ROA pada periode penelitian secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Artinya, walaupun profitabilitas atau pendapatan yang diprosikan dengan ROA mengalami peningkatan justru akan menurunkan luasnya pangsa pasar bank syariah karena masyarakat juga tidak menjadikan ROA sebagai tingkat kepercayaan untuk menempatkan dananya di bank tersebut.

Market share dihitung melalui total aset yang dimiliki oleh bank, dimana 80% total aset berasal dari dana pihak ketiga (DPK). Dana pihak ketiga yang dimaksud yaitu dana yang berasal dari masyarakat, dalam arti masyarakat sebagai individu, perusahaan, pemerintah, rumah tangga, koperasi, yayasan dan lain-lain. Masyarakat yang berperan sebagai pemberi dana pihak ketiga tidak memperhatikan ROA sebagai faktor yang menentukan untuk menempatkan dananya di bank tersebut, tetapi karena adanya faktor lain yang menjadi daya tarik masyarakat seperti tingkat suku bunga yang ditawarkan (Adelia et al., 2018).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Arif & Rahmawati, 2018) dan (Lestyaningsih, 2017) yang mengatakan bahwa ROA tidak

berpengaruh signifikan terhadap *market share*. ROA tidak berdampak terhadap keuntungan perbankan syariah, karena keuntungan yang didapatkan akan dimanfaatkan untuk mengantisipasi terjadinya risiko pasar yang dapat merugikan perbankan syariah. Selain itu, tingginya *credit risk* menyebabkan bank lebih fokus untuk menyelesaikan pembiayaan bermasalah. Sehingga pendapatan bank digunakan untuk menutupi risiko yang timbul akibat pembiayaan bermasalah.

4.2.4 Pengaruh CAR Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CAR pada periode penelitian secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah. Hal ini karena rasio modal erat kaitannya dengan kinerja pembiayaan yang merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. Jika modal dan pembiayaan bank syariah bermasalah maka akan berdampak terhadap menurunnya kinerja perbankan syariah. Rendahnya CAR disebabkan peningkatan ekspansi aset berisiko yang tidak diimbangi dengan penambahan modal sehingga menurunkan kesempatan bank untuk berinvestasi serta kepercayaan masyarakat juga menurun dan berpengaruh terhadap *market share* (Lestyaningsih, 2017).

Dalam penelitian (Perdanasari, 2018) mengatakan modal yang besar belum tentu digunakan secara efektif untuk menghasilkan laba atau hal ini juga disebabkan karena modal yang diinvestasikan banyak

mengandung risiko, sehingga tidak berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah.

Tidak berpengaruhnya CAR terhadap *market share* juga diduga karena bank syariah mengabaikan peran penting dari permodalan yang dapat berpengaruh terhadap nasabah. Hal ini dikarenakan dengan adanya modal yang cukup dapat melindungi nasabah dari kerugian. Tetapi meskipun perbankan syariah mempunyai modal yang cukup diduga perbankan tidak mengembangkan dan mengoptimalkan modal yang dimiliki secara maksimal, seperti tidak melakukan ekspansi usaha dengan memperluas atau memperbesar usaha yang ditandai dengan penciptaan pasar baru, perluasan fasilitas, perekrutan pegawai dan lain sebagainya, sehingga berdampak pada menurunnya tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank (Prihastuti, 2019).

Jika tingkat kepercayaan nasabah sudah menurun maka masyarakat kurang mempercayakan bank tersebut untuk melakukan transaksi baik *saving* maupun pembiayaan sehingga masyarakat akan berpindah kepada bank lain yang lebih menarik dan memberikan keuntungan banyak, sehingga kondisi ini akan berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Maula, 2018) dan (Toba & Aliludin, 2016) yang menyatakan bahwa CAR tidak berpengaruh signifikan terhadap *market share* bank syariah. CAR yang tinggi pada periode penelitian ini menyebabkan bank memiliki tingkat

likuiditas yang tinggi. Hal ini sesuai dengan *Outlook Perbankan Syariah 2018* yang diterbitkan oleh KARIM Consulting disebutkan bahwa terjadi suatu kondisi yang menarik dimana *Liquid Assets Ratios* (LAR) pada seluruh kategori bank termasuk bank syariah mengalami peningkatan. *Liquid Aset* yang berlebih pada bank disebabkan masih tingginya *credit risk* dan bank lebih fokus dalam penyelesaian kredit bermasalah. *Liquid aset* yang tinggi tidak diimbangi dengan permintaan kredit yang tinggi pula. Sehingga banyak dana LAR yang tidak digunakan secara optimal. Hal ini berakibat pada penurunan pendapatan bank yang akhirnya berpengaruh terhadap porsi pangsa pasar perbankan syariah.

4.2.5 Pengaruh FDR Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa FDR pada periode penelitian secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio FDR maka akan menurunkan tingkat *market share* bank syariah. Hal ini dikarenakan pada periode penelitian rasio FDR beberapa bank umum syariah ada yang melebihi batas 80% sehingga total pembiayaan bank syariah melebihi dana yang dihimpun sehingga kondisi ini akan riskan dengan tingkat likuiditas bank. Secara ekonomi, perbankan syariah memiliki tingkat FDR yang tinggi tetapi tingkat likuiditasnya rendah. Pendapatan yang diperoleh dari

pembiayaan relatif kecil sehingga kurang berpengaruh terhadap peningkatan aset perbankan syariah.

Dalam penelitian (Indura et al., 2019) menyatakan semakin tinggi rasio pembiayaan yang disalurkan akan mengakibatkan likuiditas pada perbankan syariah semakin berkurang, sehingga total aset pada bank syariah juga akan berkurang jumlahnya. Dengan berkurangnya jumlah aset yang dihimpun oleh perbankan syariah kemudian akan berdampak pada menurunnya tingkat pertumbuhan aset yang diperoleh dan jika total aset berkurang maka akan berpengaruh juga terhadap *market share* perbankan syariah.

Penelitian (Fuadah & Hakimi, 2020) juga menyatakan FDR berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah. Hal ini dikarenakan rasio dana yang dihimpun untuk disalurkan bank syariah dalam pembiayaan belum maksimal, sehingga dapat mengurangi nilai *market share* bank syariah.

Dalam penelitian (Asmoro, 2018) juga disebutkan bahwa FDR memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap *market share* bank syariah. Hal ini berarti apabila t FDR meningkat, maka akan memiliki dampak terhadap penurunan *market share* bank syariah. Apabila rasio FDR bank syariah tinggi maka dana yang dimiliki harus dapat dialokasikan secara efektif. Karena apabila tidak *dimanage* dengan baik maka akan berimplikasi buruk pada kinerja pendistribusian dana bank. Apabila pembiayaan yang buruk terjadi, akan menyebabkan

masyarakat kurang percaya dan tidak mau menggunakan jasa bank syariah, sehingga nantinya akan memiliki dampak terhadap penurunan *market share* bank syariah.

4.2.6 Pengaruh Inflasi, Bi Rate, ROA, CAR, FDR terhadap *Market Share* Perbankan Syariah secara simultan

Hasil dari uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel inflasi, *bi rate*, ROA, CAR, FDR berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Yang berarti, secara simultan kelima variabel independen tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, 2017) dengan variabel independen (inflasi dan NPF) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *market share*. Selain itu, penelitian oleh (Maula, 2018) juga memaparkan hasil bahwa variabel independen (CAR, NPF, FDR dan ROA) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia.

4.2.7 Kajian Integratif Islam

Pendekatan pemasaran yang dilakukan untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar tentu berbeda antara bank syariah dengan bank konvensional. Tidak hanya melihat dari kinerja keuangan yang baik, tetapi bank syariah juga dalam memasarkan produknya harus sesuai dengan ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadist yang menjadi landasan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Dalam spiritual

marketing menganggap pesaing bukan sebagai musuh, melainkan dalam spritual *marketing* menjunjung tinggi nilai-nilai moral dan selalu memelihara hubungan baik dan kemitraan dengan pesaing. Persaingan merupakan hal yang baik karena akan ikut andil membesarkan pasar.

Oleh karena itu, dalam spritual *marketing* pesaing akan lebih diposisikan sebaga mitra daripada sebagai musuh. Tujuan spritual *marketing* untuk mencapai sebuah solusi yang adil dan transpran bagi semua pihak yang terlibat (Dewi, 2018). Dalam Al-Qur'an Surah Al-Ahzab 70 yang berbunyi sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada hamba-hamba-Nya yang beriman agar menyempurnakan imannya dengan bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka menyembah Allah dengan penuh ketekunan seakan-akan mereka menghadapi-Nya dan melihat dengan mata dan kepala. Dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar, lurus dan tidak berbelit-belit (Katsier, 2006). Oleh karena itu perilaku atau etika dalam berbisnis harus menegakkan kejujuran dan kebenaran.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa Allah memerintahkan umat muslim untuk berbicara yang benar dan jujur

dalam segala urusan dan perkataan, termasuk dalam melakukan pemasaran para *marketer* harus jujur dalam menyampaikan produk yang ditawarkan, tidak diperbolehkan untuk melakukan kebohongan atau melebih-lebihkan produknya hanya untuk mengejar target penjualan (Dewi, 2018).

Transaksi ekonomi dalam bentuk apapun yang dilakukan bank dengan pihak lain terutama nasabah harus didasarkan pada prinsip rela sama rela. Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT melarang hamba-hamba-Nya yang mukmin memakan harta sesamanya dengan cara yang bathil, serta dilarang mencari keuntungan yang tidak sah dengan melanggar syariat seperti riba, perjudian dan yang serupa dengan hal itu. Tetapi dalam ayat tersebut Allah mengecualikan dari larangan ini yaitu mencari harta dengan jalan perniagaan yang dilakukan atas dasar suka sama suka oleh kedua belah pihak yang bersangkutan (Katsier, 2006).

Berdasarkan penjelasan ayat tersebut apabila dikaitkan dengan pemasaran dalam perbankan syariah adalah bahwa dalam melakukan

strategi *marketing* untuk memperluas pangsa pasar, *marketer* hendaklah menawarkan produk layanan dan jasa yang halal dan tidak ada unsur riba. Sehingga para muslim memiliki kepercayaan dan tertarik untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah, yang tentunya akan berpengaruh terhadap meningkatnya *market share*. Selain itu diantara pihak memiliki kesempatan yang sama untuk menyatakan keinginannya dalam melakukan transaksi dan berlandaskan pada asas saling ridha dan ikhlas (Katsier, 2006)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan terkait pengaruh faktor makro ekonomi dan *financial performance* terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji hipotesis secara parsial ada beberapa variabel yang berpengaruh signifikan dan tidak signifikan sebagai berikut :
 - a. Variabel Inflasi secara parsial memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap *marketshare* perbankan syariah di Indonesia. Artinya, jika terjadi inflasi maka akan menurunkan minat masyarakat untuk menempatkan dananya di bank sehingga pangsa pasar bank syariah juga akan menurun.
 - b. Variabel *Bi Rate* secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Yang berarti jika suku bunga (*BI Rate*) yang ditetapkan oleh Bank Indonesia mengalami peningkatan maka akan berpengaruh juga terhadap *market share*. Dimana masyarakat akan lebih tertarik menggunakan Bank Konvensional karena suku bunga yang tinggi sehingga *market share* bank syariah akan mengalami penurunan.
 - c. Variabel ROA secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Artinya, walaupun

profitabilitas atau pendapatan yang dicerminkan oleh ROA mengalami peningkatan tidak akan mempengaruhi *market share*. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak memprioritaskan ROA sebagai tingkat kepercayaan untuk menempatkan dananya di bank tersebut melainkan faktor lain seperti besarnya suku bunga yang ditawarkan.

- d. Variabel CAR secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Hal ini disebabkan apabila peningkatan ekspansi aset berisiko yang tidak diimbangi dengan penambahan modal akan menurunkan kesempatan bank untuk berinvestasi serta kepercayaan masyarakat juga menurun dan berpengaruh terhadap *market share*
 - e. Variabel FDR secara parsial berpengaruh signifikan negatif terhadap *market share* perbankan syariah di Indonesia. Artinya, semakin tinggi rasio FDR maka akan menurunkan tingkat *market share* bank syariah. Dan semakin rendah kemampuan bank yang bersangkutan. Jika tingkat pengembalian pembiayaan yang disalurkan tidak lancar atau banyak terjadi pembiayaan bermasalah.
2. Variabel Inflasi, Bi Rate, ROA, CAR, FDR secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap *market share* perbankan syariah.

5.2 Saran

1. Bagi Perbankan Syariah

- a. Dari hasil penelitian yang dilakukan variabel inflasi, *bi rate* dan FDR memiliki pengaruh signifikan terhadap *market share*, sedangkan variabel ROA dan CAR tidak memiliki pengaruh. Bagi bank syariah diharapkan dapat mengelola rasio profitabilitas dan rasio permodalan bank syariah dalam meningkatkan ROA diharapkan menginvestasikan dananya secara efektif pada investasi yang memberikan laba bagi bank syariah. Memilih investasi yang tidak mengandung risiko dibutuhkan oleh bank syariah untuk menghindari kerugian yang akan mengakibatkan penurunan profitabilitas bank. Untuk meningkatkan profitabilitas, bank syariah dapat menggunakan dananya atau modalnya untuk meningkatkan pembiayaan murabahah yang kurang memiliki risiko tinggi dengan cara menarik para pelaku dunia usaha untuk mengajukan pembiayaan di perbankan syariah.
- b. Perbankan syariah perlu meningkatkan penghimpunan dana dan mengembangkan produk inovasi dari penghimpunan dana lainnya agar lebih menarik nasabah untuk menggunakan produk-produk perbankan, sehingga ketika terjadi perubahan BI rate nasabah tidak berpindah ke bank konvensional untuk menempatkan dananya.
- c. Untuk mempertahankan dana pihak ketiga yang dihimpun dari masyarakat, perbankan syariah harus tetap memperathankan

kepercayaan masyarakat dengan menjaga atau meningkatkan nisbah tingkat bagi hasil bagi nasabah agar tetap menempatkan dananya pada bank syariah ketika terjadi inflasi.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain yang mempengaruhi pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah baik dari faktor makro ekonomi maupun dari faktor kinerja keuangan. Selain itu, peneliti juga dapat lebih memaksimalkan variabel-variabel yang belum diteliti pada faktor makro ekonomi, mengingat dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen dari faktor makro ekonomi. Di samping itu peneliti selanjutnya dapat memperpanjang periode pengamatan dan menggunakan data yang terbaru sehingga hasil yang didapatkan memiliki keakuratan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-karim dan terjemahan.

Adelia, S., Andriani, S., & Ananda, N. A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Keuangan dan Aspek Teknologi terhadap Market Share Perbankan di Indonesia Periode 2013-2017. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 3(2).

Ambarini. (2015). *Ekonomi Moneter*. Bogor: In Media.

Amir, A. (2015). *Ekonomi dan Keuangan Islam*. Pustaka Muda.

Arif, Nur Rianto,. & Rahmawati, Y. (2018). Determinant factors of market share: Evidence from the Indonesian Islamic banking industry. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 392–398.
[https://doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.37](https://doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.37)

Arsani, K. S. (2009). Analisis Pengaruh indikator Makroekonomi terhadap Profitabilitas Perbankan di Indonesia periode Januari 2006—Desember 2008. *Program Sarjana FEUI*.

Asmoro, W. P. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah di Indonesia. *Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta*.

Asngari, I. (2013). Pengaruh Kondisi Ekonomi Makro Dan Karakteristik Bank Terhadap Efisiensi Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 11, 20.

Batubara, Z., & Nopiandi, E. (2020). Analisis Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar dan BI Rate terhadap Tabungan Mudharabah pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 53–68.

Cahyani, Y. T. (2018). Pengaruh Inflasi, Suku Bunga (BI Rate), Produk Domestik Bruto (PDB) Terhadap ROA (Studi Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia Tahun 2009-2016). *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(1), 59–83.

Case, K. E., & Fair, R. C. (2007). *Prinsip-Prinsip Ekonomi* (8th ed.). Jakarta: Erlangga.

Dendawijaya, L. (2005). *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Deputi Bidang Ekonomi. (2018). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Desil, I. M. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Market Share Bank Umum Syariah (Bus) Di Indonesia. 1*, 14.
- Dewi, L. R. (2018). Strategi Market Sahre dalam Peningkatan Jumlah Nasabah pada Perbankan Syariah (Studi Pada Bank BRISyariah KCP Bandar Sribhawono Lampung Timur). *Institut Agama Islam Negeri Metro*.
- Eachern, M. (2000). *Ekonomi Makro Pendekatan Kontemporer*. Salemba Empat.
- Fahmi, I. (2015). *Manajemen Perbankan: Konvensional dan syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Fatihin,Muh. K. ., Nizar. H. Hadi, Eko Siswahto, Sulistya Rusgianto,. (2020). Dampak Makro Ekonomi dan Financial Performance Terhadap Market Share Perbankan Syari'ah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 25(1), 51. <https://doi.org/10.24912/je.v25i1.626>
- Fuadah, N., & Hakimi, F. (2020). *Financial Performance dan Market Share Pada Bank Umum Syariah Devisa Indonesia: Perspektif Teori Stakeholder. 5*(2), 180–186.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gunara, T., & Sudibyo, U. H. (2007). *Marketing Muhammad SAW: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung: PT Karya Kita.
- Hendra, S. T. N., & Hartomo, D. D. (2018). Pengaruh Konsentrasi Dan Pangsa Pasar Terhadap Pengambilan Resiko Bank. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 35. <https://doi.org/10.20961/Jbm.V17i2.17176>
- Husnan, S., & Pujiastuti, E. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. UPP AMP YKPN.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Memahami Bank Syariah*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indura, A. C., Ahmad, A. A., Suprpto, & Arintoko. (2019). Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Memengaruhi Pertumbuhan Aset Bank

- Syariah Di Indonesia. *Indonesian Journal Of Islamic Business And Economics*, 1–74.
- Islamic Banking: Interest-free or interest based. (2009). *Pacific Basin Finance Journal*, 17(1), 125–144.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenda Media Group.
- Karim, A. A. (2007). *Ekonomi Makro Islami*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasri, Rahmatina A. (2010)—The Determinants of Islamic Banking Growth in Indo. *Joornal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 6(2), 41-64
- Katsier, Ibnu. (2006). *Terjemahan singkat Tafsir Ibnu Katsir diterjemahkan oleh Salim Bahreisy, Said Bahreisy dari judul asli Muhtasoru Tafsirubnu katsir*. PT. Bina Ilmu.
- Lestiyarningsih, N. (n.d.). *Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*. 134.
- Lestiyarningsih, N. (2017). Pengaruh DPK dan Kinerja Keuangan terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Maula, Afrida Kharisatul. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Market Share melalui Return on Assets Bank Umum Syariah di Indonesia. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri, Salatiga.
- Meti Novi, P. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah di Indonesia dan Malaysia (Tahun 2013-2017). *Universitas Muhamadiyah Yogyakarta*.
- Muhamad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Muyassar, M. N. (2019). Pengaruh ROA dan BI Rate terhadap Market Share Perbankan Syariah di Indonesia. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Nadzifah, A., & Sriyana, J. (2020). Analisis Pengaruh Inflasi, Kurs, BI Rate, PDB dan Kinerja Internal Bank terhadap Profitabilitas pada Perbankan Syariah dan Konvensional. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 79–87.

- Naylah, M. (2010). *Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Industri Perbankan Indonesia*. Tesis. Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro.
- Nur'aeni, & Zadtyva, V. (2019). Pengaruh Non Performing Financing, Financing to Deposit Ratio dan Biaya Operasional Pendapatan Operasional terhadap Return on Asset (Studi Kasus di PT Bank BRISyariah). *Jurnal Accounting Information System*, 2(2).
- Oktafiani, S. P. (2019). Pengaruh DAU dan PAD terhadap Belanja Modal di Kabupaten/Kota Provinsi Maluku. Skripsi. *Universitas Muhamadiyah Malang*.
- Perdana, K., Hamzah, E., & Lubis, P. (2020). Pengaruh Tingkat Inflasi, Suku Bunga BI. dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Pembiayaan Murabahah pada Bank Syariah di Indonesia (Periode Januari 2013—Desember 2017). *Journal Najaha Iqtishod*, 1(1), 1–9.
- Perdanasari, P. Y. (2018). Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR, BOPO, BI Rate dan Inflasi terhadap Tingkat Profitabilitas Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2011-2017. *Fakultas Ekonomi Yogyakarta Universitas Islam Indonesia*.
- Pradana, R. S. (2019). Faktor Penentu Perkembangan Market Share Perbankan Syariah di Provinsi Aceh. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 10(2), 66–79. <https://doi.org/10.22373/jep.v10i2.38>
- Putong, I. (2003). *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Qurthubi, S. I. A. (2009). *Tafsir Al Qurthubi*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Rahmadeni, & Wulandari, N. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inflasi pada Kota Metropolitan di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Data Panel. *Jurnal Sains Matematika dan Statistika*, 3(2), 34–42.
- Rahman, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Market Share Bank Syariah. *Anaylitica Islamica*. 5 (2), 291-314.
- Rivai, V., Andria, P., & Idroes, F. N. (2007). *Bank and Financial Institution Management*. PT RajaGrafindo Persada.

- Riyadi, S. (2006). *Banking Assets and Liability Management*. Lembaga Penerbit FEUI.
- Saekhu. (2015). Pengaruh Inflasi Terhadap Kinerja Pembiayaan Bank Syariah, Volume Pasar Uang Antar Bank Syariah, Dan Posisi Outstanding Setifikat Wadiah Bank Indonesia. *Conomica*. VI Edisi 1, 103-128
- Saputra, B. (2014). FAKtor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia. *Akuntabilitas*, 7(2), 123–131. <https://doi.org/10.15408/Akt.V7i2.2675>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Setyawati, F. (2017). *Riba Dalam Pandangan Al-Qur'an dan Hadist*. 3(2), 15.
- Siregar, E. S. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perbankan Syariah terhadap Market Share Aset Perbankan Syariah di Indonesia. *Zhafir / Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 39–50. <https://doi.org/10.51275/zhafir.v1i1.128>
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Stanton, W. J. (2000). *Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2010). *Uji Khi Kuadrat dan Regresi untuk Penelitian* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Syachfuddin, L. A., & Rosyidi, S. (2017). Pengaruh Faktor Makro Ekonomi, Dana Pihak Ketiga dan Pangsa Pembiayaan Terhadap Profitabilitas Industri Perbankan Syariah di Indonesia Tahun 2011-2015. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 4(12), 977. <https://doi.org/10.20473/vol4iss201712pp977-993>
- Toba, A. R., & Aliludin, A. (2016). Analysis of Islamic Banking Growth in Indonesia. *Ustralasian Journal of Islamic Finance and Business II*, 1.

- Virawan, A. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perlambatan Pertumbuhan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Wagiyem, T. (2011). Analisa Kinerja Keuangan dengan Analisa Profitabilitas dan Solvabilitas pada PT Bank Syariah Muamalat Indonesia Tahun 2006-2007. *Jurnal Riset Manajemen & Akuntansi*, 2(3), 1–15.
- Widarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Yusuf, M., & Fatoni, T. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Aset Unit Usaha Syariah Pada Bank Umum Nasional*. 1, 17.
- Zulifiah, F., & Susilowibowo, J. (2014). Pengaruh Inflasi, BI Rate, Capital Adequacy Ratio (CAR), Non Performing Finance (NPF), Biaya Operasional dan Pendapatan Operasional (BOPO) terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah Periode 2008-2012. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3).
- Zulyani, Efni, Y., & Zulfahridar. (2015). Analisa Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Indonesia Periode 2011-2013. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, VII(2), 320–341.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Data Variabel Market Share, Inflasi, ROA, CAR, FDR

TAHUN	BUS	MS	INFLASI	BI RATE	ROA	CAR	FDR
2015Q1	MUAMALAT	4.60	6.38	7.50	0.62	14.57	95.11
2015Q2	MUAMALAT	4.67	7.07	7.50	0.51	14.91	99.05
2015Q3	MUAMALAT	4.60	7.09	7.50	0.36	13.71	96.09
2015Q4	MUAMALAT	4.67	4.83	7.50	0.20	12.36	90.30
2016Q1	MUAMALAT	4.73	4.34	7.25	0.25	12.10	97.30
2016Q2	MUAMALAT	4.80	3.46	6.75	0.15	12.78	99.11
2016Q3	MUAMALAT	4.90	3.02	6.50	0.13	12.75	96.47
2016Q4	MUAMALAT	5.20	3.30	4.75	0.22	12.74	95.13
2017Q1	MUAMALAT	5.17	3.64	4.75	0.12	12.83	90.93
2017Q2	MUAMALAT	5.33	4.29	4.75	0.15	12.94	89.00
2017Q3	MUAMALAT	5.43	3.81	4.75	0.11	11.58	86.14
2017Q4	MUAMALAT	5.60	3.50	4.25	0.11	13.62	84.41
2018Q1	MUAMALAT	5.73	3.28	4.25	0.15	10.16	88.41
2018Q2	MUAMALAT	5.67	3.25	4.25	0.49	15.92	84.37
2018Q3	MUAMALAT	5.77	3.09	5.25	0.35	12.12	79.03
2018Q4	MUAMALAT	5.80	3.17	5.75	0.08	12.34	73.18
2019Q1	MUAMALAT	5.90	2.62	6.00	0.02	12.58	71.17
2019Q2	MUAMALAT	5.87	3.14	6.00	0.02	12.01	68.05
2019Q3	MUAMALAT	5.87	3.40	5.75	0.02	12.42	68.51

2019Q4	MUAMALAT	6.03	2.95	5.00	0.05	12.42	73.51
2015Q1	BRISYARIAH	4.60	6.38	7.50	0.53	13.22	88.24
2015Q2	BRISYARIAH	4.60	7.23	7.50	0.78	11.03	92.05
2015Q3	BRISYARIAH	4.60	5.99	7.50	0.80	13.82	86.61
2015Q4	BRISYARIAH	4.73	3.97	7.50	0.76	13.94	84.16
2016Q1	BRISYARIAH	4.80	3.79	7.25	0.99	14.66	82.73
2016Q2	BRISYARIAH	4.80	3.15	6.75	1.03	14.06	87.92
2016Q3	BRISYARIAH	5.13	3.32	6.50	0.98	14.30	83.98
2016Q4	BRISYARIAH	5.17	3.45	4.75	0.95	20.63	81.42
2017Q1	BRISYARIAH	5.30	4.04	4.75	0.65	21.14	77.56
2017Q2	BRISYARIAH	5.40	4.02	4.75	0.71	20.38	76.79
2017Q3	BRISYARIAH	5.53	3.53	4.75	0.82	20.98	73.14
2017Q4	BRISYARIAH	5.70	3.35	4.25	0.51	20.29	71.87
2018Q1	BRISYARIAH	5.70	3.35	4.25	0.86	23.64	68.70
2018Q2	BRISYARIAH	5.70	3.17	4.25	0.92	29.71	77.78
2018Q3	BRISYARIAH	5.80	3.09	5.25	0.77	29.79	76.40
2018Q4	BRISYARIAH	5.90	2.84	5.75	0.43	29.72	75.49
2019Q1	BRISYARIAH	5.87	2.88	6.00	0.43	27.82	79.55
2019Q2	BRISYARIAH	5.87	3.36	6.00	0.32	26.88	85.25
2019Q3	BRISYARIAH	5.97	3.17	5.75	0.32	26.55	90.40
2019Q4	BRISYARIAH	5.13	5.30	5.00	0.31	25.26	80.12
2015Q1	BNISYARIAH	4.60	6.38	7.50	1.20	15.40	90.10
2015Q2	BNISYARIAH	4.60	7.23	7.50	1.30	15.11	96.65

2015Q3	BNISYARIAH	4.60	5.99	7.50	1.32	15.38	89.65
2015Q4	BNISYARIAH	4.73	3.97	7.50	1.43	15.48	91.94
2016Q1	BNISYARIAH	4.80	3.79	7.25	1.65	15.85	86.26
2016Q2	BNISYARIAH	4.80	3.15	6.75	1.59	15.56	86.92
2016Q3	BNISYARIAH	5.13	3.32	6.50	1.53	15.82	85.79
2016Q4	BNISYARIAH	5.17	3.45	4.75	1.44	14.92	84.57
2017Q1	BNISYARIAH	5.30	4.04	4.75	1.40	14.44	82.32
2017Q2	BNISYARIAH	5.40	4.02	4.75	1.48	14.33	84.44
2017Q3	BNISYARIAH	5.53	3.53	4.75	1.44	14.90	81.40
2017Q4	BNISYARIAH	5.70	3.35	4.25	1.31	20.14	80.21
2018Q1	BNISYARIAH	5.70	3.35	4.25	1.35	19.42	71.98
2018Q2	BNISYARIAH	5.70	3.17	4.25	1.42	19.24	77.42
2018Q3	BNISYARIAH	5.80	3.09	5.25	1.42	19.22	80.03
2018Q4	BNISYARIAH	5.90	2.84	5.75	1.42	19.31	79.62
2019Q1	BNISYARIAH	5.87	2.88	6.00	1.66	18.23	76.42
2019Q2	BNISYARIAH	5.87	3.36	6.00	1.97	18.38	87.07
2019Q3	BNISYARIAH	5.97	3.17	5.75	1.91	18.73	84.74
2019Q4	BNISYARIAH	5.13	5.30	5.00	1.82	18.88	74.31
2015Q1	MANDIRISYARIAH	4.60	6.38	7.50	0.81	12.63	81.67
2015Q2	MANDIRISYARIAH	4.60	7.23	7.50	0.55	11.97	85.01
2015Q3	MANDIRISYARIAH	4.60	6.75	7.50	0.42	11.84	84.49
2015Q4	MANDIRISYARIAH	4.70	4.13	7.50	0.56	12.85	81.99
2016Q1	MANDIRISYARIAH	4.77	4.16	7.25	0.56	13.39	80.16

2016Q2	MANDIRISYARIAH	4.80	3.33	6.75	0.62	13.69	82.31
2016Q3	MANDIRISYARIAH	5.00	3.06	6.50	0.60	13.50	80.40
2016Q4	MANDIRISYARIAH	5.20	3.36	4.75	0.59	14.01	79.19
2017Q1	MANDIRISYARIAH	5.23	3.87	4.75	0.60	14.40	77.75
2017Q2	MANDIRISYARIAH	5.37	4.19	4.75	0.59	14.37	80.03
2017Q3	MANDIRISYARIAH	5.47	3.71	4.75	0.56	14.92	78.29
2017Q4	MANDIRISYARIAH	5.67	3.39	4.25	0.59	15.89	77.66
2018Q1	MANDIRISYARIAH	5.73	3.33	4.25	0.79	15.59	73.92
2018Q2	MANDIRISYARIAH	5.67	3.18	4.25	0.89	15.62	75.47
2018Q3	MANDIRISYARIAH	5.80	3.08	5.25	0.95	16.46	79.08
2018Q4	MANDIRISYARIAH	5.83	3.06	5.75	0.88	16.26	77.25
2019Q1	MANDIRISYARIAH	5.90	2.63	6.00	1.33	15.62	79.39
2019Q2	MANDIRISYARIAH	5.83	3.31	6.00	1.50	15.84	81.63
2019Q3	MANDIRISYARIAH	5.93	3.34	5.75	1.57	16.08	81.41
2019Q4	MANDIRISYARIAH	5.57	4.03	5.00	1.69	16.15	75.55
2015Q1	BCASYARIAH	4.67	6.77	7.50	0.71	25.53	100.11
2015Q2	BCASYARIAH	4.60	7.23	7.50	0.79	23.56	94.13
2015Q3	BCASYARIAH	4.60	5.99	7.50	0.86	36.60	102.09
2015Q4	BCASYARIAH	4.73	3.97	7.50	1.00	34.30	91.40
2016Q1	BCASYARIAH	4.80	3.79	7.25	0.76	39.16	92.76
2016Q2	BCASYARIAH	4.80	3.15	6.75	0.90	37.93	99.60
2016Q3	BCASYARIAH	5.13	3.32	6.50	1.00	37.10	97.60
2016Q4	BCASYARIAH	5.17	3.45	4.75	1.13	36.78	90.12

2017Q1	BCASYARIAH	5.30	4.04	4.75	0.99	35.26	83.44
2017Q2	BCASYARIAH	5.40	4.02	4.75	1.05	30.99	91.51
2017Q3	BCASYARIAH	5.53	3.53	4.75	1.12	31.99	88.70
2017Q4	BCASYARIAH	5.70	3.35	4.25	1.17	29.39	88.49
2018Q1	BCASYARIAH	5.70	3.35	4.25	1.10	27.73	88.36
2018Q2	BCASYARIAH	5.70	3.17	4.25	1.13	25.00	91.15
2018Q3	BCASYARIAH	5.80	3.09	5.25	1.12	24.80	89.43
2018Q4	BCASYARIAH	5.90	2.84	5.75	1.17	24.27	88.99
2019Q1	BCASYARIAH	5.87	2.88	6.00	1.00	25.68	86.76
2019Q2	BCASYARIAH	5.87	3.36	6.00	1.03	25.67	87.31
2019Q3	BCASYARIAH	5.97	3.17	5.75	1.00	43.78	88.68
2019Q4	BCASYARIAH	5.13	5.30	5.00	1.15	38.28	90.98
2015Q1	BUKOPINSYARIAH	4.67	6.77	7.50	0.35	14.50	95.12
2015Q2	BUKOPINSYARIAH	4.60	7.23	7.50	0.49	14.10	93.82
2015Q3	BUKOPINSYARIAH	4.60	5.99	7.50	0.66	16.26	91.82
2015Q4	BUKOPINSYARIAH	4.73	3.97	7.50	0.79	16.31	90.56
2016Q1	BUKOPINSYARIAH	4.80	3.79	7.25	1.13	15.62	92.14
2016Q2	BUKOPINSYARIAH	4.80	3.15	6.75	1.00	14.82	92.25
2016Q3	BUKOPINSYARIAH	5.13	3.32	6.50	0.99	15.06	87.95
2016Q4	BUKOPINSYARIAH	5.17	3.45	4.75	0.76	17.00	88.18
2017Q1	BUKOPINSYARIAH	5.30	4.04	4.75	0.53	16.71	91.58
2017Q2	BUKOPINSYARIAH	5.40	4.02	4.75	0.39	16.41	89.42
2017Q3	BUKOPINSYARIAH	5.53	3.53	4.75	0.27	18.68	84.24

2017Q4	BUKOPINSYARIAH	5.70	3.35	4.25	0.02	19.20	82.44
2018Q1	BUKOPINSYARIAH	5.70	3.35	4.25	0.09	19.25	82.93
2018Q2	BUKOPINSYARIAH	5.70	3.17	4.25	0.18	19.65	89.53
2018Q3	BUKOPINSYARIAH	5.80	3.09	5.25	0.21	17.92	91.48
2018Q4	BUKOPINSYARIAH	5.90	2.84	5.75	0.02	19.31	93.40
2019Q1	BUKOPINSYARIAH	5.87	2.88	6.00	0.03	19.61	84.00
2019Q2	BUKOPINSYARIAH	5.87	3.36	6.00	0.04	15.99	86.40
2019Q3	BUKOPINSYARIAH	5.97	3.17	5.75	0.03	16.23	93.59
2019Q4	BUKOPINSYARIAH	5.13	5.30	5.00	0.04	15.25	93.48

Lampiran 2

Hasil Statistik Deskriptif

	Y_MARKETS HARE	X1_INFLASI	X2_BIRATE	X3_ROA	X4_CAR	X5_FDR
Mean	5.316250	3.978750	5.800000	0.774083	18.96817	85.29883
Median	5.385000	3.395000	5.750000	0.775000	15.95500	85.52000
Maximum	6.030000	7.230000	7.500000	1.970000	43.78000	102.0900
Minimum	4.600000	2.620000	4.250000	0.020000	10.16000	68.05000
Std. Dev.	0.483732	1.257576	1.181795	0.497636	7.290162	7.548652
Skewness	-0.213234	1.501637	0.228113	0.242227	1.432186	-0.120607
Kurtosis	1.531701	3.975518	1.604762	2.223261	4.312732	2.443930
Jarque-Bera	11.68888	49.85644	10.77416	4.190094	49.63944	1.836989
Probability	0.002896	0.000000	0.004575	0.123064	0.000000	0.399119
Sum	637.9500	477.4500	696.0000	92.89000	2276.180	10235.86
Sum Sq. Dev.	27.84561	188.1981	166.2000	29.46930	6324.429	6780.875
Observations	120	120	120	120	120	120

Lampiran 3

Hasil Model *Common Effect*

Dependent Variable: Y_MARKETSHARE				
Method: Panel Least Squares				
Date: 07/03/21 Time: 23:51				
Sample: 2015Q1 2019Q4				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 120				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.887167	0.294329	26.79709	0.0000
X1_INFLASI	-0.164277	0.024940	-6.586976	0.0000
X2_BIRATE	-0.143375	0.027582	-5.198219	0.0000
X3_ROA	-0.067201	0.052728	-1.274483	0.2051
X4_CAR	0.007532	0.003813	1.975307	0.0507
X5_FDR	-0.013794	0.004095	-3.368427	0.0010
R-squared	0.691618	Mean dependent var		5.316250
Adjusted R-squared	0.678093	S.D. dependent var		0.483732
S.E. of regression	0.274454	Akaike info criterion		0.300644
Sum squared resid	8.587077	Schwarz criterion		0.440018
Log likelihood	-12.03863	Hannan-Quinn criter.		0.357244
F-statistic	51.13435	Durbin-Watson stat		0.565054
Prob(F-statistic)	0.000000			

Lampiran 4

Hasil Model *Fixed Effect*

Dependent Variable: Y_MARKETSHARE				
Method: Panel Least Squares				
Date: 07/03/21 Time: 23:51				
Sample: 2015Q1 2019Q4				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 120				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	8.242584	0.411116	20.04931	0.0000
X1_INFLASI	-0.154693	0.025709	-6.017102	0.0000
X2_BIRATE	-0.129001	0.028279	-4.561785	0.0000
X3_ROA	-0.059425	0.096953	-0.612921	0.5412
X4_CAR	0.009768	0.007053	1.384837	0.1689
X5_FDR	-0.019952	0.005157	-3.868902	0.0002
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.705600	Mean dependent var		5.316250
Adjusted R-squared	0.678591	S.D. dependent var		0.483732
S.E. of regression	0.274242	Akaike info criterion		0.337578
Sum squared resid	8.197748	Schwarz criterion		0.593098
Log likelihood	-9.254692	Hannan-Quinn criter.		0.441346
F-statistic	26.12446	Durbin-Watson stat		0.650762
Prob(F-statistic)	0.000000			

Lampiran 5

Hasil Model *Random Effect*

Dependent Variable: Y_MARKETSHARE				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 07/04/21 Time: 00:16				
Sample: 2015Q1 2019Q4				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 120				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.887167	0.294101	26.81784	0.0000
X1_INFLASI	-0.164277	0.024920	-6.592078	0.0000
X2_BIRATE	-0.143375	0.027560	-5.202244	0.0000
X3_ROA	-0.067201	0.052687	-1.275471	0.2047
X4_CAR	0.007532	0.003810	1.976837	0.0505
X5_FDR	-0.013794	0.004092	-3.371036	0.0010
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.000000	0.0000
Idiosyncratic random			0.274242	1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.691618	Mean dependent var		5.316250
Adjusted R-squared	0.678093	S.D. dependent var		0.483732
S.E. of regression	0.274454	Sum squared resid		8.587077
F-statistic	51.13435	Durbin-Watson stat		0.565054
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.691618	Mean dependent var		5.316250
Sum squared resid	8.587077	Durbin-Watson stat		0.565054

Lampiran 6

Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests				
Equation: MODEL_FEM				
Test cross-section fixed effects				
Effects Test		Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F		1.035329	(5,109)	0.4006
Cross-section Chi-square		5.567868	5	0.3506
Cross-section fixed effects test equation:				
Dependent Variable: Y_MARKETSHARE				
Method: Panel Least Squares				
Date: 07/09/21 Time: 23:18				
Sample: 2015Q1 2019Q4				
Periods included: 20				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 120				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.887167	0.294329	26.79709	0.0000
X1_INFLASI	-0.164277	0.024940	-6.586976	0.0000
X2_BIRATE	-0.143375	0.027582	-5.198219	0.0000
X3_ROA	-0.067201	0.052728	-1.274483	0.2051
X4_CAR	0.007532	0.003813	1.975307	0.0507
X5_FDR	-0.013794	0.004095	-3.368427	0.0010
R-squared	0.691618	Mean dependent var		5.316250
Adjusted R-squared	0.678093	S.D. dependent var		0.483732
S.E. of regression	0.274454	Akaike info criterion		0.300644
Sum squared resid	8.587077	Schwarz criterion		0.440018
Log likelihood	-12.03863	Hannan-Quinn criter.		0.357244
F-statistic	51.13435	Durbin-Watson stat		0.565054
Prob(F-statistic)	0.000000			

Lampiran 7

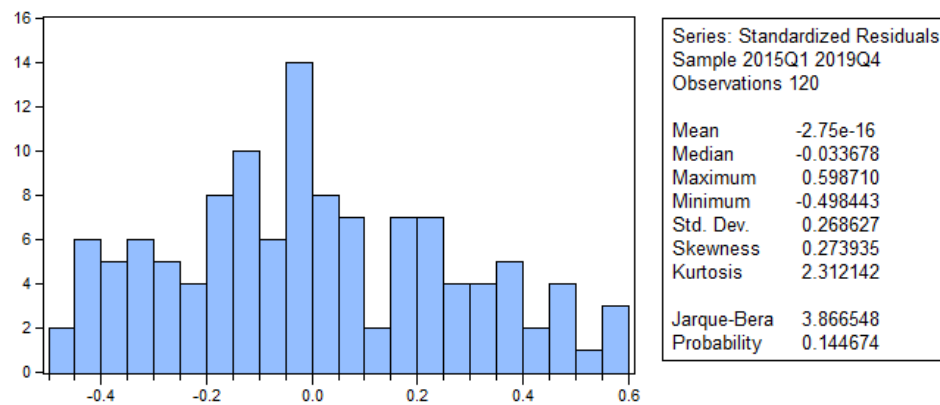
Hasil Uji Lagrange Multiplier (LM)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided			
(all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	0.405310	213.0374	213.4427
	(0.5244)	(0.0000)	(0.0000)
Honda	-0.636639	14.59580	9.870617
	--	(0.0000)	(0.0000)
King-Wu	-0.636639	14.59580	6.095587
	--	(0.0000)	(0.0000)
Standardized Honda	0.182621	15.59723	8.576342
	(0.4275)	(0.0000)	
			(0.0000)
Standardized King-Wu	0.182621	15.59723	5.132168
	(0.4275)	(0.0000)	(0.0000)
Gourierioux, et al.*	--	--	213.0374
			(< 0.01)
*Mixed chi-square asymptotic critical values:			
1%	7.289		
5%	4.321		
10%	2.952		

Lampiran 8

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Uji Multikolinearitas

	X1_INFLASI	X2_BIRATE	X3_ROA	X4_CAR	X5_FDR
X1_INFLASI	1.000000	0.556706	-0.044211	-0.148742	0.413202
X2_BIRATE	0.556706	1.000000	0.031014	-0.143638	0.461935
X3_ROA	-0.044211	0.031014	1.000000	0.222743	-0.067108
X4_CAR	-0.148742	-0.143638	0.222743	1.000000	0.182053
X5_FDR	0.413202	0.461935	-0.067108	0.182053	1.000000

Uji Heteroskedastisitas

Dependent Variable: RESABS				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 07/04/21 Time: 08:05				
Sample (adjusted): 2015Q2 2019Q4				
Periods included: 19				
Cross-sections included: 6				
Total panel (balanced) observations: 114				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.382258	0.381536	-1.001891	0.3186
NLOGX1_INFLASI	-0.158913	0.097175	-1.635332	0.1049
NLOGX2_BIRATE	0.113181	0.154751	0.731372	0.4661
NLOGX3_ROA	-0.001895	0.026782	-0.070758	0.9437
NLOGX4_CAR	0.032642	0.107522	0.303582	0.7620
NLOGX5_FDR	0.466656	0.300319	1.553868	0.1231
Effects Specification				
			S.D.	Rho

Cross-section random		0.000000	0.0000
Idiosyncratic random		0.153953	1.0000
Weighted Statistics			
R-squared	0.060906	Mean dependent var	0.224579
Adjusted R-squared	0.017429	S.D. dependent var	0.155762
S.E. of regression	0.154398	Sum squared resid	2.574591
F-statistic	1.400890	Durbin-Watson stat	1.015524
Prob(F-statistic)	0.229724		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.060906	Mean dependent var	0.224579
Sum squared resid	2.574591	Durbin-Watson stat	1.015524

Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:				
F-statistic	0.704992	Prob. F(2,111)		0.4963
Obs*R-squared	1.492643	Prob. Chi-Square(2)		0.4741
Test Equation:				
Dependent Variable: RESID				
Method: Least Squares				
Date: 07/05/21 Time: 06:29				
Sample: 2 120				
Included observations: 119				
Presample missing value lagged residuals set to zero.				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.000458	0.016886	-0.027115	0.9784
D(X1_INFLASI)	-0.001309	0.020749	-0.063093	0.9498
D(X2_BIRATE)	-0.010998	0.028940	-0.380021	0.7047
D(X3_ROA)	0.001493	0.077380	0.019294	0.9846
D(X4_CAR)	0.000356	0.004994	0.071316	0.9433
D(X5_FDR)	0.000762	0.003945	0.193186	0.8472
RESID(-1)	-0.047537	0.110841	-0.428879	0.6688
RESID(-2)	0.114718	0.102201	1.122476	0.2641
R-squared	0.012543	Mean dependent var		-4.66E-18
Adjusted R-squared	-0.049729	S.D. dependent var		0.179512
S.E. of regression	0.183921	Akaike info criterion		-
Sum squared resid	3.754809	Schwarz criterion		-
Log likelihood	36.78344	Hannan-Quinn criter.		-
F-statistic	0.201426	Durbin-Watson stat		0.407889
Prob(F-statistic)	0.984558			1.955794

Lampiran 9

Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama Lengkap : Baiq Naili Amalia
 Tempat, Tanggal Lahir : Aikmel, 12 Januari 1999
 Alamat Asal : Jln. Diponegoro Lingkungan Seruni RT 05,
 Kelurahan Selong, Kecamatan Selong
 Kabupaten Lombok Timur
 Telepon/HP : 087770032330
 E-mail : nailiamalia173@gmail.com

Riwayat Pendidikan

2005 – 2011 : SDN 2 Bagik Papan
 2011 – 2014 : MTS. Negeri 1 Lombok Timur
 2014 – 2017 : MAN 1 Lombok Timur
 2017 – 2021 : Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas
 Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim
 Malang

Pendidikan Non Formal

2017 – 2018 : Mah'had Sunan Ampel Al-'Ali Malang
 2017 – 2018 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab
 (PKPBA UIN Malang)
 2018 – 2019 : English Language Center (ELC) UIN Malang

Lampiran 10

Jurnal Bimbingan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana Nomor 50, Telepon (0341)551354, Fax. (0341) 572533

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 17540017
 Nama : BAIQ NAILI AMALIA
 Fakultas : EKONOMI
 Jurusan : PERBANKAN SYARIAH
 Dosen Pembimbing : GUNTUR KUSUMA WARDANA, S.E., M.M
 Judul Skripsi/Tesis/Disertasi : PENGARUH FAKTOR MAKRO EKONOMI DAN *FINANCIAL PERORMANCE* TERHADAP *MARKET SHARE* PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2015-2019

IDENTITAS BIMBINGAN

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	2021-01-25	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Bimbingan Judul dan Bab 1	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
2	2021-01-28	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Mengganti judul, menambahkan variabel penelitian, fenomena dan research gap	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
3	2021-02-05	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	ACC judul penelitian dan melanjutkan mengerjakan Bab 1	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
4	2021-03-04	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Mengurutkan atau mengganti susunan latar belakang pada Bab 1	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
5	2021-03-23	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Bimbingan bab 2 dan 3	2020/2021 Genap	Sudah Dikoreksi
		GUNTUR KUSUMA	Menambahkan penjelasan ayat Al-Quran dan	2021/2022	Sudah

6	2021-04-02	WARDANA,SE., MM	Hadis, mengganti hipotesis serta menambahkan rumus pada analisis data	Genap	Dikoreksi
7	2021-04-03	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Menambahkan halaman, daftar isi, daftar gambar dan tabel, merapikan sistematika penulisan	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
8	2021-04-05	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Konsul PPT Seminar Proposal dan ACC Seminar Proposal	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
9	2021-06-28	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Bimbingan Bab IV	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
10	2021-07-09	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Bimbingan dan revisi Bab IV dan V	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
11	2021-07-14	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	ACC seminar hasil	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
12	2021-07-19	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	Bimbingan dan revisi Bab I – V	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
13	2021-07-22	GUNTUR KUSUMA WARDANA,SE., MM	ACC Ujian Skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi

Malang, 22 Juli 2021

Mengetahui

Ketua Kaprodi Perbankan Syariah



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D

NIP 19550302 198703 1 001

Lampiran 11

Hasil Pengecekan Plagiarisme dengan Turnitin

17540017			
ORIGINALITY REPORT			
23%	23%	8%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	3%	
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%	
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%	
4	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%	
5	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%	
6	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%	
7	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%	
8	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%	
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%	

Lampiran 12

Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana Nomor 50, Telepon (0341)551354, Fax. (0341) 572533

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Baiq Naili Amalia
NIM : 17540017
Handphone : 087770032330
Konsentrasi : Keuangan
Email : nailiamalia173@gmail.com
JudulSkripsi : "Pengaruh Faktor Makro Ekonomi dan *Financial Performance*
Terhadap *Market Share* Perbankan Syariah di Indonesia Periode
2015-2019"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originality report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	23%	8%	10%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Oktober 2021
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001